



SCHWEIZERISCHE ARBEITSGRUPPEN
FUEER ENTWICKLUNGSPOLITIK

November 1978

ARBEITSGRUPPE DRITTE WELT BERN

Zwei Jahre nach dem Prozess um "Nestlé tötet Babys":

Nestlé macht weiter

Der Nestlé-Boycott in den USA

Dokumentation für die Presse Nr. 6

INHALT

Pressecommuniqué: Der amerikanische Kirchenrat
ruft zum Nestlé-Boycott auf

Zwei Jahre nach dem Nestlé-Prozess:

Immer noch lebensgefährliche Werbung 1

Die Babymilchkampagne in den USA 3

Der Nestlé-Boycott 3

Hearings im amerikanischen Senat 5

Geschichten zum Fall Nestlé 6

So sieht es Nestlé 9

Anhang

Aus den Senat-Hearings A 1

Nestlés Verkaufsmethoden heute A 6

Aus der medizinischen Forschung A 20

Zum Nestlé-Boycott A 25

Chronik der Ereignisse A 26

Weitere Informationen A 28

Der amerikanische Kirchenrat ruft zum Nestlé-Boykott auf

Der amerikanische Kirchenrat (National Council of Churches) hat am 3. November beschlossen, den Nestlé-Boykott offiziell zu unterstützen. Der Boykott war vor einem Jahr in den USA ausgerufen worden, um Nestlé zu zwingen, ihre Werbung für Babymilch in der Dritten Welt einzustellen. Nestlé ist weltweit der wichtigste Hersteller von Kindernährmitteln. Mit tatkräftiger Unterstützung durch hunderte von lokalen, regionalen und jetzt auch nationalen Organisationen der USA gerät Nestlé durch den Boykott zunehmend unter Druck.

Vor nunmehr zwei Jahren hat der Richter im Berner Nestlé-Prozess erklärt:

"Wenn Nestlé sich in Zukunft den Vorwurf des unmoralischen und unethischen Verhaltens ersparen will, muss sie ihre Werbepraktiken ändern".

Wer gehofft hatte, Nestlé werde ihre Geschäftspolitik nun grundlegend ändern, sieht sich in seinen Erwartungen heute enttäuscht: Nestlé sieht in den gerichtlichen Ermahnungen offensichtlich nicht viel mehr, als eine Aufforderung, den Pelz zu waschen, ohne ihn nass zu machen. Zwar hat Nestlés PR-Abteilung ihre Anstrengungen, die Geschäftspolitik in rosigem Lichte erscheinen zu lassen, beträchtlich vermehrt, zwar sind einige Änderungen kosmetischer Art in Nestlés Werbestil zu verzeichnen, aber grundsätzlich bleibt die Ausrichtung von Nestlés Werbung für künstliche Babynahrung die gleiche. So zum Beispiel verteilt Nestlé in vielen Ländern immer noch Gratismuster und wendet sich mit ihrer Babymilchwerbung über das Radio an die ärmeren Bevölkerungsschichten.

Deshalb bleibt der Vorwurf der Arbeitsgruppe Dritte Welt, Nestlé sei für den Tod von Tausenden von Babies verantwortlich, unverändert stehen.

In einer neuen Dokumentation belegt die Arbeitsgruppe, wie Nestlé heute unvermindert für ihre Produkte wirbt, und wie der Siegeszug der Saugflasche unvermindert von Krankheit, Tod und menschlichem Leid begleitet ist. Die Dokumentation veranschaulicht das an Berichten aus den Philippinen, Malaysia, der Karibik, Venezuela, Guatemala, Mexico, Peru und Südafrika. Sie berichtet ferner vom amerikanischen Nestlé-Boykott, der zweifellos seinen Höhepunkt noch nicht erreicht hat. Heute überlegen sich einige europäische Gruppen, auch in ihren Ländern einen Konsumentenboykott zu organisieren.

Zwei Jahre nach dem Nestle-Prozess: immer noch lebensgefährliche Werbung

Nestlé müsse ihre Werbepraktiken ändern, wenn sie sich in Zukunft den Vorwurf des unmoralischen und unethischen Verhaltens ersparen wolle, hatte Richter Sollberger im Berner Nestlé-Prozess erklärt. Das ist zwei Jahre her. Nun ist es an der Zeit, Nestlés Werbemethoden wieder einmal genauer unter die Lupe zu nehmen. Zwei Jahre sollten genügen, um ein neues Verkaufskonzept zu entwickeln und es auch in der entferntesten Filiale durchzusetzen.

Durch die weltweite Publizität des Nestlé-Prozesses sind viele auf das Problem aufmerksam geworden, haben angefangen, sich darum zu kümmern, zu beobachten, Berichte zu schreiben. Besonders im Zusammenhang mit dem Nestlé-Boycott in den Vereinigten Staaten ist in der letzten Zeit viel Beweismaterial gesammelt worden. Die unzähligen Berichte beweisen: Nestlé hat ihre lebensgefährdende Werbung für Babynahrung nicht eingestellt, im Gegenteil: sie ist raffinierter und gefährlicher geworden.

Die auffällige Werbung mit Hilfe von Massenmedien ist zurückgegangen, auch wenn sie immer noch verbreitet ist. Die direkte Werbung geschieht heute hauptsächlich in den Spitälern und durch das allgegenwärtige, unübersehbare Angebot von Nestlés Babynahrung auch in den entlegensten Gebieten. Nach dem Vorbild ihrer Konkurrenten aus der Pharma-Industrie legt Nestlé heute immer mehr Gewicht auf die schwerer fassbare Werbung beim medizinischen Personal. Die Mütterberater wurden in "Firmenvertreter" umbenannt und kümmern sich vermehrt um Ärzte und Krankenschwestern. Nestlé setzt ihr Werbebudget heute wirkungsvoller ein. Am meisten kosten wohl die Gratismuster. Wenn ein Kind in der ersten Zeit nach der Geburt gratis künstliche Babymilch bekommt und die Muttermilch deshalb versiegt, hat Nestlé einen neuen Kunden.

Besonders schlimm ist die Situation in den Philippinen. Dort ist es in vielen Spitälern üblich, dass Nestlé und zwei ihrer Konkurrenten turnusgemäss je einige Wochen lang die Milch für alle Neugeborenen liefern und Gratismuster verteilen dürfen. Nestlé-Plakate, -Saugflaschen, -Gewichtskarten und ähnliches finden sich in den meisten Geburtsstationen. Oft hat Nestlé wichtige Einrichtungen gestiftet. Geschenke für die Ärzte sind an der Tagesordnung.

Malaysia ist eines der Länder mit intensiver Direktwerbung durch Radio und Fernsehen. Im Anhang auf Seite **A6** ist das Drehbuch zu einem Nestlé-TV-Spot abgedruckt, der das Gerede von der "ausschliesslich informativen und edukativen" Werbung Lügen straft. Nachdem den Firmenschwestern der Aufenthalt auf den Geburtsstationen untersagt worden war, umgehen sie nun das Verbot und kommen zu den Besuchszeiten.

In der Dominikanischen Republik schenkt Nestlé der Regierung Unmengen von Barmilch, die dann in den staatlichen Milchbanken verkauft wird. Ein amerikanisches Fernsehteam fand heraus, dass die Aerztegesellschaft direkt am Umsatz der Firmen beteiligt wird.

In Venezuela traf man von Nestlé bezahlte Ernährungswissenschaftler, die die staatlichen Institute infiltrierten.

In Südafrika erschien eine Anzeige für Nestlés "Nan" mit dem Titel: "Jetzt kann Pappi dem Baby alles Nahrhafte von Mutters Milch geben."

Diese und andere Beispiele finden sich im Anhang.

Nestlé ist auch weiterhin nicht bereit, in der ganzen Problematik etwas anderes zu sehen als ein lästiges Public-Relations-Problem. Sie denkt nicht daran, ihre Haltung grundlegend zu ändern; dafür versucht sie, ihr Image beim Publikum mit kosmetischen Änderungen der Werbepolitik zu retten. Zum Beispiel: die Kritiker fordern die Einstellung der Radiowerbung - Nestlé lässt die Slogans sprechen, statt wie bisher singen; die Kritiker fordern den Verzicht auf die Firmenkrankenschwestern - Nestlé steckt sie in blaue statt wie bisher weisse Uniformen; dass sie neuerdings ein Emblem mit der nichtssagenden Inschrift "ICIFI" tragen müssen, wird von Nestlés PR-Strategen allen Ernstes als Fortschritt gefeiert.

Das Hauptgewicht von Nestlés Anstrengungen liegt heute denn auch auf der Beeinflussung der Öffentlichkeit. In immer neuen Luxusbroschüren wird mit den immer gleichen schiefen Argumenten, mit den immer gleichen schamlos aus dem Zusammenhang gerissenen Zitaten Nestlés Tun als ein Segen dargestellt.

Die Babymilch-Kampagne in den USA

Schwerpunkt der Babymilchkampagne sind heute die Vereinigten Staaten. Seit 1974 hat sich dort das ICCR, eine Organisation des amerikanischen Kirchenbundes, mit dem Problem befasst. Aufgrund dieser Recherchen brachten verschiedene kirchliche Organisationen an den Aktionärsversammlungen amerikanischer Babymilchproduzenten Resolutionen ein, die die Geschäftspolitik verurteilten oder genauere Auskünfte verlangten.

Diese Aktionen gipfelten in einer Klage der "Sisters of the Precious Blood" gegen den Bristol-Myers-Konzern, der in einem Bericht an die Aktionäre falsche Angaben gemacht hatte. Der aufwendige Prozess zog sich zwei Jahre lang hin und wurde Anfang dieses Jahres mit einem Vergleich beendet. Darin verpflichtete sich die Firma, dem Jahresbericht 1978 eine Dokumentation der Ordensschwestern über das Babynahrungsproblem und die Werbepraktiken des Konzerns beizufügen.

Nestlé, der weitaus wichtigste Babymilchhersteller, konnte mit diesen Methoden nicht unter Druck gesetzt werden. Deshalb rief die "Infant Formula Action Coalition (INFACT)" im Sommer 1977 zu einem Boykott der Nestlé-Produkte auf (siehe nächster Abschnitt).

Durch die beachtliche Publizität in Presse und Fernsehen und durch Tausende von Wählerbriefen wurden auch die Parlamentarier auf das Problem aufmerksam. Im Juli 1977 verabschiedete der amerikanische Kongress eine Resolution, und im Mai dieses Jahres führte ein Unterausschuss des Senats vielbeachtete Hearings zu diesem Problem durch.

Der Nestlé-Boykott

Mit dem Slogan "Crunch Nestlé Quik" fordert INFACT zum Boykott aller Nestlé-Produkte auf und verlangt die Einstellung jeglicher Werbung für künstliche Babynahrung (Crunch und Quik sind bekannte Nestlé-Produkte). Die INFACT (Infant Formula Action Coalition) ist ein Zusammenschluss aller amerikanischen Aktionsgruppen, die sich mit dem Babynahrungsproblem befassen; seit dem Beginn des Boykotts im Juli 1977 ist sie mächtig angewachsen. Heute arbeiten knapp hundert Gruppen und Organisationen im ganzen Land für diese Kampagne. Für die Koordination ist das INFACT-Büro in Minneapolis zuständig.

Häufige Reisen in die Dritte Welt und Besuche von Vertretern der verschiedenen europäischen Aktionsgruppen sorgen für eine internationale Zusammenarbeit. Am

wichtigsten aber sind die lokalen Aktionen: Filmvorführungen, Diskussionsrunden, kleine Demonstrationen, Flugblattaktionen bei Hausfrauen, Ladenbesitzern, Studenten und in den Schulen haben dazu beigetragen, dass der Boykott langsam überall bekannt wird und dass die Presse regelmässig darüber berichtet.

Die Liste der öffentlichen Aufrufe zur Unterstützung des Boykotts wird länger und länger. Anfangs waren es lokale Persönlichkeiten und Gruppen. Heute sind es nationale Prominenzen und Organisationen, wie zum Beispiel die Senatoren Clark und Abourezk oder die Prebyterianische Kirche (siehe Anhang).

Nestlé gerät auf seinem wichtigsten Absatzmarkt (über 20% des Gesamtumsatzes) zunehmend unter Druck. Im März verplapperte sich der inzwischen ausgewechselte PR-Chef gegenüber einer Ordensschwester und sagte, es kämen pro Woche vierhundert Protestbriefe, er wisse nicht recht, wie er damit fertig werden solle. Anhaltende Gerüchte über einen spürbaren Umsatzrückgang bei den Süssigkeiten werden natürlich dementiert.

Vor allem aber leidet Nestlés Ansehen. Deshalb schickt sie jedem Protestbriefschreiber ein dickes Dokumentationspaket. Es enthält unter anderem eine neue dreissigseitige farbige Broschüre und einen Brief eines Professors, in dessen Spital Peter Krieg grosse Teile des Films "Flaschenkinder" gedreht hatte. Dieser Arzt war früher ein deutlicher Kritiker der Milchfirmen gewesen. Seine heutigen Anschuldigungen gegen Peter Krieg, seine Behauptungen, die zu früheren Aeusserungen im Widerspruch stehen, und die Formulierungen in seinem Brief zeigen deutlich, dass er von Nestlé unter Druck gesetzt worden ist.

Auch sonst ist Nestlé nicht zimperlich. Ihre alte Methode, Zitate sinnentstellend aus dem Zusammenhang zu reissen, ist offenbar immer noch unentbehrlich. Wo immer möglich, versucht sie mit persönlichen Briefen zu intervenieren und schreckt dabei nicht vor falschen Behauptungen zurück, wie z.B.: sie arbeite neuerdings mit dem amerikanischen Kirchenrat zusammen, oder: der Richter im Nestlé-Prozess habe sie von jeder Schuld freigesprochen.

Nestlés Konzernspitze bemüht sich immer wieder, mit den Kritikern ins Gespräch zu kommen. Zuerst schickte man Babymilch-Chef Fookes zweimal nach Amerika, im Juli machte sich Vizepräsident Paternot auf den Weg. Ende Oktober kamen gleich zwei Vizepräsidenten, Paternot und Saunders, um mit INFACI zu verhandeln.

Europäische Aktionsgruppen standen dem Nestlé-Boykott früher skeptisch gegenüber. Heute aber überlegen sie sich, ob es sinnvoll ist, ihn auch auf europäische Länder auszudehnen.

Hearings im amerikanischen Senat

Am 23. Mai führte ein Unterausschuss des amerikanischen Senats unter dem Vorsitz von Edward Kennedy Hearings zum Babymilchproblem durch. Vor einem zum Bersten gefüllten Saal befragte Kennedy vier Stunden lang drei Gruppen von Zeugen. Er leitete die Untersuchung ein mit der Frage: "Kann ein Produkt, das sauberes Wasser, gute sanitäre Einrichtungen, ein ausreichendes Familieneinkommen und Eltern, die die aufgedruckten Anweisungen lesen können, erfordert, - kann ein derartiges Produkt richtig und ohne Gefahr in Gegenden verwendet werden, wo das Wasser verunreinigt ist, das Abwasser durch die Strassen fliesst, die Armut gross und das Analphabetentum weit verbreitet ist?"

Zuerst wurden Vertreter der Dritten Welt und Kritiker der Milchfirmen angehört. Da waren Dr. Alan Jackson, ein Arzt aus Jamaica, Dr. Natividad Clavano, eine Kinderärztin aus den Philippinen, Fatima Patal, eine Krankenschwester aus Peru, und Pater Dan Driscoll, ein Missionar aus Venezuela. Patricia Young und Leah Margulies vertraten die amerikanischen Kirchen. Allesamt erhoben schwere Anklagen gegen die Babymilchfirmen. Höhepunkt war wohl die Aussage von Dr. Clavano, die in ihrem Spital die Kindersterblichkeit um die Hälfte gesenkt hatte, indem sie die Kinder gleich nach der Geburt zur Mutter bringen liess und nachdrücklich zum Stillen aufforderte (siehe Anhang Seite A 20).

Auch die zweite Gruppe von Zeugen belastete die Babymilchproduzenten. Da waren Prof. Derrick Jelliffe aus Los Angeles, der bekannte Experte für Brusternährung; Prof. Abraham Horwitz, der frühere Direktor der Panamerikanischen Gesundheitsorganisation; Dr. Manuel Carballo, der Leiter der grossen WHO-Studie über Brusternährung, und Prof. James Post, Marketing-Experte an der Boston University.

Zuletzt kamen die Firmenvertreter an die Reihe. Frank Sprole, Vizepräsident von Bristol-Myers, erklärte, unter dem Druck der Kritiker habe seine Firma kürzlich alle "Milchschwestern" zurückgezogen. Oswaldo Ballarin, Präsident von Nestlé-Brasilien, erntete schallendes Gelächter, als er entrüstet erklärte: "Die amerikanische Nestlé hat mich darauf hingewiesen, ihre Nachforschungen hätten ergeben, dass diese Kritiken ein indirekter Angriff auf das Wirtschaftssystem der freien Welt sind. Eine weltweite kirchliche Organisation, die erklärtermassen zum Ziel hat, das System der freien Marktwirtschaft zu untergraben, ist an der Spitze dieser Aktivitäten." Kennedy antwortete scharf: "Sie erwarten doch nicht etwa, dass wir das ernst nehmen!"

(Ausschnitte aus den Hearings finden sich im Anhang)

Geschichten zum Fall Nestlé

ORDENSLEUTE MEIDEN NESTLÉ

Der diesjährige Kongress der katholischen Ordensvorsteher Amerikas sollte ursprünglich in einem Nestlé-Hotel stattfinden. Da aber immer mehr einzelne Orden den Boykott unterstützen, befürchteten die Organisatoren lange Diskussionen. Trotz flehentlicher Bitten des Direktors der Stouffer-Hotelkette, Nestlé doch keine solche politisch wichtige Niederlage zu bereiten, wurde mit der Einladung folgende Erklärung verschickt:

"Nachdem wir 'Stouffer's' in Cincinnati ausgewählt hatten, bemerkten wir, dass das Restaurant einer Tochtergesellschaft der Nestlé gehört. Nun ruft INFAC (...) zu einem Boykott von Nestlés Produkten und Tochtergesellschaften auf - wegen der Schäden, die durch mangelhaften Gebrauch von Babymilch entstehen, und wegen anderer Entwicklungen im Zusammenhang damit.

Weder CMSM noch LCWR haben als solche zum Boykott Stellung genommen. Die Ansetzung des Kongresses im 'Stouffer's' schien uns aber in grossem Ausmass die Gefahr zu bergen, die Mitglieder beider Vereinigungen in eine Konfliktsituation und in ein 'hochpolitisiertes' Umfeld zu bringen, ohne dass Sie das bewusst gewollt hätten.

Beide Vereinigungen haben daher beschlossen, vom 'Stouffer's' ins 'Cleveland' überzuwechseln, damit wir die erste gemeinsame Versammlung unserer Vereinigungen unter nicht-politisierten Umständen abhalten können, so dass wir uns den Worten des Evangeliums über die Gerechtigkeit in einem nicht-explosiven Umfeld widmen können."

SÜSSIGKEITEN: NESTLÉ WIRD SAUER

Eine Grundschule in Los Angeles führt - wie an vielen Schulen üblich - seit Jahren Finanzierungsaktionen mit Nestlé-Süssigkeiten durch. Als dieses Jahr die Bestellformulare an die Schüler verteilt wurden, erzählte ein Lehrer seiner Klasse vom Nestlé-Boykott. Die Klasse beschloss nach langer Diskussion mit grosser Mehrheit, Nestlé zu boykottieren und einen andern Hersteller zu verlangen. Nachdem sich die Elternvertretung damit befasst hatte, wurden die Nestlé-Bestellzettel in der ganzen Schule wieder eingesammelt.

Am Tag darauf rief man den Lehrer plötzlich in die Direktion. Dort sassen zwei

hohe Nestlé-Vertreter (davon einer aus der Schweiz), der Direktor, sowie Sprecher der Lehrer und der Eltern. Die Nestlé-Leute bemühten sich, ihre Ware zu verkaufen, unter anderem mit der Behauptung, Nestlé sei in Bern freigesprochen worden. Die Elternvereinigung jedoch hielt schliesslich am Boykott fest.

Das war ein Erfolg, aber die Geschichte hatte trotzdem böse Folgen. Dem Direktor gefiel der Entscheid nicht, und er erteilte dem Lehrer eine Verwarnung. Was diesen aber mehr beschäftigte, war eine Bemerkung, die einer der Nestlé-Vertreter, ein angesehener, erfolgreicher Mann, am Ende der Besprechung kopfschüttelnd fallen liess: "Ich verstehe einfach nicht, dass Sie sich so um Leute kümmern, die nicht einmal in Ihrem Land wohnen."

BRASILIAN: NESTLÉ HOLT DIE POLIZEI

Dreihundert prominente Ernährungswissenschaftler unterzeichneten Ende August am Internationalen Ernährungskongress in Rio de Janeiro eine Petition, in der sie Nestlé aufforderten, sofort jegliche Babymilchwerbung einzustellen. Jetzt aber haben sie Angst, die ganze Liste zu publizieren, denn nach einem bedenklichen Vorfall befürchten weniger prominente Unterzeichner Repressalien.

Nestlé war an der Konferenz gut vertreten. An einem Stand verteilte sie Kaffee und ein fünfhundertseitiges Buch. Oswaldo Ballarin, der Präsident von Nestlé-Brasilien, war so wütend über die Petition, dass er sie einem Unterzeichner aus der Hand riss, während er sich über die Undankbarkeit gegenüber seiner Firma beklagte. Nestlé war aufgefallen, dass die Petition von Frau Benjamin, einer Amerikanerin, in Umlauf gesetzt worden war.

Nachdem in der Nacht Unbekannte den Nestlé-Stand mit Sprüchen wie "Nestlé tötet Babies" verziert hatten, riegelte die Polizei eines Morgens die Konferenzräume ab, suchte nach Frau Benjamin und nahm sie fest. Ein amerikanischer Diplomat erreichte, dass sie nach einem einstündigen Verhör freigelassen wurde und noch in der gleichen Nacht unter Begleitung das Land verlassen konnte. Das "Jornal do Brasil" meinte dazu: "Was die Frau getan hatte, war nicht illegal, illegal war ihre Festnahme."

Aus Angst vor weiteren Schwierigkeiten brach man die Unterschriftensammlung ab und verweigerte genauere Auskünfte über die Affäre. So bringt Nestlé ihre Kritiker zum Schweigen.

LEERE VERSPRECHUNGEN

Kurz vor der Eröffnung des Nestlé-Prozesses im November 1975 versuchte Nestlé zusammen mit einigen anderen Firmen die Öffentlichkeit mit einem "Moralkodex" zu beeindrucken. Darin heisst es unter anderem: "Aus der Beschriftung der Produkte muss eindeutig hervorgehen, dass Brustmilch die beste Nahrung für normale Kleinkinder ist."

Noch im Februar 1978, also mehr als zwei Jahre später, trägt in Guatemala Nestlés Babymilch "Nan" lediglich die Aufschrift:

"Sie können Nan mit vollem Vertrauen verwenden. Es ist eine Nahrung in Pulverform, die mengen- und qualitätsmässig der Muttermilch ähnlich ist und sich zum Gebrauch von der Geburt des Kindes an eignet." (INFACT Update, April 1978)

SIE WERBEN...SIE WERBEN NICHT...SIE WERBEN DOCH!

An einem Treffen mit kirchlichen Stellen im September 1977 berichtete ein Vertreter Nestlés, die Firma habe 1975 die Werbung mit Massenmedien in der ganzen Welt eingestellt. Die Kirchenvertreter legten daraufhin Beweise für ausgiebige TV- und Radiowerbung Nestlés in Malaysia 1976 vor. Der Nestlé-Vertreter gab sich schockiert und versprach, die Sache zu überprüfen - vielleicht gelte der Werbestopp nur für Afrika.

Später fand man Beweise für Radio- und Plakatwerbung Nestlés in Südafrika und Rhodesien.

Als sich dann im Oktober '77 Nestlé- und INFACT-Vertreter trafen, behauptete der Nestlé-Mann, die Direktwerbung sei in Schwarzafrika eingestellt worden (Nestlé ist offenbar der Ansicht, Südafrika und Rhodesien seien weisse Länder). Ein INFACT-Gesprächsteilnehmer berichtete hierauf von Lactogen-Radiowerbung in Liberia, 1976. Der Nestlé-Vertreter gab sich schockiert und versprach, die Sache zu überprüfen.

Auch Nestlés Behauptung, in Lateinamerika betreibe sie keine Direktwerbung (noch heute steht das in ihrem Dokumentationspaket), ist durch mehrere Berichte widerlegt worden. Nestléplakate wurden in Geschäften in Guatemala und Honduras gefunden. Auch 1977 erschienen Anzeigen in uruguayischen Zeitungen.

(INFACT-Newsletter 2, 1978)

So sieht es Nestlé

NESTLÉS VERWALTUNGSRATSDELEGIERTE KONTERN IHRE GEGNER NACH DEM FILBINGER-PRINZIP.

So einfach ist das...

Nestlés Verwaltungsratsdelegierter Pierre Liotard-Vogt an der Aktionärsversammlung vom 15. Mai 1975:

"Die Art, wie gewisse Leute durch reine Erfindungen das von anderen Geschaffene verleumden, selbst aber meistens nicht fähig sind, ihre Energie für etwas Konstruktives einzusetzen, scheint mir aber doch sehr aufschlussreich zu sein. (...) Dies ist ein weiteres Beispiel dafür, was Masochismus, Dummheit, Ahnungslosigkeit oder auch die Eifersucht von Versagern gegenüber jenen, die etwas geleistet haben, hervorbringen können."

Wer lügt denn da?

Sein Nachfolger Arthur Fürer, an einer Pressekonferenz, 28. November 1975:

"Wir verwahren uns gegen die systematische Diffamierungskampagne, die mit Lügen, Verzerrungen und Unterschiebungen operiert."

Trotz Urteil - wir sind makellos!

Arthur Fürer, wenige Tage nach der Urteilsverkündung im Nestlé-Prozess, in einem Rundschreiben an das Personal, 2. Juli 1976:

"Vor zwei Jahren liess ich in den zur Diskussion stehenden Absatzgebieten eine Umfrage durchführen, um auf diese Weise herauszufinden, ob die angewandten Werbemethoden angefochten werden können, oder - um die gleichen Begriffe zu gebrauchen wie die Angeklagten - als unmoralisch bezeichnet werden können. Hätte ich damals konstatiert, dass dieser Vorwurf begründet ist, so wären sofort alle anfechtbaren Methoden aufgehoben worden. (...) Ich konnte feststellen, dass die angewandten Werbemethoden auf der ganzen Welt als normal und geläufig gelten. (...) Ich habe die notwendigen Weisungen erlassen, damit am eingeschlagenen Weg festgehalten wird."

Das hab ich nicht gewollt...

Aus "Die Zeit", Hamburg 29. April 1977:

Während der Bilanzpressekonferenz gestand er (Arthur Fürer) ein: "Wenn ich beispielsweise gewusst hätte, dass da ein VW-Bus mit zwei Lautsprechern und der Aufschrift Lactogen irgendwo in Afrika herumfährt, wie das aus den A3W-Unterlagen hervorgeht, hätte ich das sofort verboten. Aber ein Verwaltungsrat ist über so etwas normalerweise natürlich nicht orientiert."

Berner Justiz als Handlanger des Pöbels...

Aus "Die Zeit", Hamburg 5. Mai 1978 (unter dem Titel "Das Fürer-Prinzip"):

Für den Nestlé-Chef ist die bittere Konsequenz: "Wir werden keinen Ehrverletzungsprozess mehr führen. Wir haben daraus gelernt: Das heutige Recht schützt die Menschen nicht vor Verleumdung." Denn: "Der Richter gerät in solch einem Verfahren unter den Druck der Öffentlichkeit, der Strasse."

U.S. Senate Hearings

- * *Dr. Alan Jackson von der Tropical Metabolism Research Unit, University of the West Indies, Jamaica, berichtet von einem typischen Fall, wie er an seiner Klinik häufig vorkommt, und von einer Studie über die Zubereitung der Flaschennahrung.*
- * *Dr. Alan Jackson, of the Tropical Metabolism Research Unit, University of the West Indies, Jamaica, reports on a typical case, such as often occurs at his clinic, and comments on a study on the preparation of baby food.*
- * *Le docteur Jackson du "Tropical Metabolism Research Unit", University of the West Indies en Jamaïque raconte un cas typique, tel qu'il s'en présente souvent à sa clinique et donne un résumé d'une étude faite sur la préparation des biberons.*

When the brother was born, he weighed seven pounds. At four months of age, admitted to hospital, he was weighing five pounds. His sister, aged 18 months, was weighing twelve pounds, the weight that one would expect for a four-month old baby to weigh, and it was even less than that because she had an accumulation of fluid in her body due to malnutrition. And when she lost that fluid, her weight actually came down to eight pounds.

And when one went into the story and asked the mother how it could be possible that these children could get into this state, the mother told us about the way that she had been feeding the children. And, essentially, the children had never been breast fed and their diets from birth had consisted basically of bottle feeding. (...)

The mother said, when we asked her how she made it up, "I make it up according to the instructions on the tin." She was very specific about that, and so we asked her how long the milk lasted.

Now, for the four month old baby, one tin of feed should have lasted for something just under three days. She said that one tin of feed lasted two weeks to feed both of the children. They lived in two rooms; they had no running water, poor sanitary convenience, no electricity. They were farmers with no visible cash income, and their total income was something like six to eight Dollars a week. (...)

A recent study had been carried out in Kingston of well babies at a clinic, and the feeds that were being given to the babies at that clinic were analyzed in the laboratory to test the nutrient content of the feed, as against the nutrient content that ought to have been in the feed.

Out of 69 bottles that were tested, only ten contained the correct nutrient content, as advised by the manufacturers.

- * Pater Dan Driscoll, ein Missionar aus Venezuela, spricht über die Folgen des allgemeinen Gebrauchs künstlicher Babynahrung und berichtet, wie Nestlé und andere Firmen üppige gesellschaftliche Anlässe für die Aerzteschaft finanzieren.
- * Reverend Dan Driscoll, a Venezuelan missionary, talks about the consequences of the generalized use of infant formula, and tells how Nestlé and other companies finance lavish social gatherings for doctors.
- * Le père Dan Driscoll, missionnaire au Vénézuéla, parle des conséquences de l'utilisation générale de lait artificiel pour nourrissons et raconte, comment Nestlé et d'autres firmes financent de pompeuses soirées pour le corps médical

If you go anywhere in my parish, if you go into a pharmacy or into a grocery store, you see these infant formula products, along with Nestlé and Wyeth, who are the biggest sellers there, which are right up front and center on the shelf.

This is what it can lead to. I have a picture here which partially shows one of the saddest scenes I have ever seen. This was in August of last year, when I was in the emergency room of the Hospital de Ninos, the Children's Hospital in Caracas.

In this room, there were 58 babies, 53 of whom had diarrhea. Of the 53 babies who were there, all were bottle fed, although the hospital does not know which formula they are taking. The doctor checked the records, and all had been bottle fed. (...)

Kennedy: Do you know of gifts by the sponsoring companies to pediatricians?

Driscoll: Yes. Three different pediatricians told me the same story, and one would be this Dr. Materetti, who is the Chief of Prenatal Services at the Maternidad Concepcion Palacios.

Apparently, the tack that is used there is to buy booze, believe it or not.

Kennedy: To what?

Driscoll: To buy booze. When the pediatricians graduate from college, it seems like the American Home Products Company is very generous in providing about 20'000 boliveras' worth of liquor and, in other words, puts on the whole party, which comes to almost \$5'000, U.S.

Whenever there are professional meetings of pediatricians, and so on, Nestlé, for example, will fly in certain doctors and they will always have the last banquet, which will be a lavish affair in Parte Centrado, which is right across from the Caracas Hilton, where they kind of put on the whole bash, and you just kind of see their name down in the corner of the menu.

So, one doctor said, "I have conscience problems even eating there, but I should be there as a professional, so I feel trapped."

Kennedy: Dr. Clavano, I saw you nodding your head on that point. Is there anything you want to add, just on that point, before we go down to the rest of the panel?

Clavano: What the father has said is true. What the Father said is also happening in my country.

Kennedy: In the Philippines?

Clavano: Yes.

Kennedy: These types of incentives by those that are the manufacturers of the formula?

Clavano: Yes.

Kennedy: Do you think they are correct?

Clavano: Well, as Department Head of Pediatrics , they come to me, and we are only human. Unless you have a very, very strong conviction that this will not be good for our people, you cannot say no.

This comes in banquets they will sponsor; they will sponsor a plane ticket. And that seems to be a part of the scheme and it is an acceptable practice. But I feel that we, as health workers, if we really care for our people, then we will have the guts to say no.

- * *Prof. James Post, Marketingexperte von der Boston University, spricht über den Umfang des Babymilchmarktes und die unterschiedliche Reaktion der Firmen auf öffentliche Kritik. Er stellt fest, dass die verantwortlichen Manager sich über die Gefahr des falschen Gebrauchs künstlicher Babynahrung offensichtlich im Klaren sind.*
- * *Prof. James Post, marketing-expert at Boston University, talks about the size of the baby food market and describes the varied responses of the companies to public criticism. He states that the managers familiar with this issue know about the probability of misuse of infant formula.*
- * *Monsieur James Post, professeur et expert en marketing à l'université de Boston, donne une idée du poids qu'a pris le marché du lait pour nourrissons et caractérise les réactions qu'ont eues les firmes concernées à la critique exprimée publiquement. Il constate que les managers responsables ont connaissance du danger que représente un mauvais usage de l'alimentation artificielle pour bébés.*

The current world market for infant-formula products is approximately \$1.5 billion. The nations of Latin America, Africa, the Middle East, and Southern Asia may account for as much as 40-50 percent of that amount. Using conservative projections of population growth, I have estimated that before 1980, the developing world will be spending more than \$1 billion per year for infant formula. That is more than the World Bank loaned to all the nations of the Caribbean and Latin America in 1974 or to all African nations south of the Sahara in 1977.

In the light of such commercial opportunity, it is not surprising that the manufacturers have been sensitive to public criticism of promotional practices. There has not been a uniform industry response to this matter, but widely varied responses, ranging from an outright refusal to acknowledge the existence of a problem to affirmative initiative-taking. (...)

This diversity of response seems to depend on the orientations and business strategies of each firm. Pharmaceutical firms have been willing to make a commitment to abandon consumer-oriented advertising. This would allow them to continue their medical promotion. Food companies, on the other hand, have been reluctant to abandon all consumer advertising, given their constraints on approaching medical personnel. Their preferences are limitation of uniformed personnel and medical promotion.(...)

In our research in Colombia, it was learned that only 29% of rural populations and 72% of urban populations have the potable water required for mixing with powdered infant formula. And yet, formula was available to consu-

mers and promoted to health personnel throughout that nation. No manager familiar with this issue could authorize distribution and marketing in Colombia without also knowing that there was a high probability of misuse by as much as 71% of the rural population and 28% of the urban population. And this only refers to potable water, leaving aside the question of how many Colombians have adequate incomes to afford the \$100 it would take to feed an infant properly for six months on formula or how many are illiterate and unable to accurately follow mixing instructions on labels. Similar information comes from other nations throughout the developing world.

- * *Oswaldo Ballarin, Präsident von Nestlé-Brasilien, beschuldigt den Weltkirchenrat, die freie Marktwirtschaft unterhöhlen zu wollen und deshalb die Babymilch-Affäre angezettelt zu haben. Er ist der Meinung, Nestlé sei nicht verpflichtet, Untersuchungen über die tatsächliche Verwendung ihrer Baby-milch anzustellen.*
- * *Oswaldo Ballarin, president of Nestlé-Brazil, accuses the World Council of Churches of wanting to undermine the free enterprise system and of having contrived the infant formula campaign. He believes that Nestlé has not the responsibility to inquire into the actual use of their baby milk.*
- * *Monsieur Oswaldo Ballarin, président de Nestlé-Brésil, accuse le Conseil Oecuménique des Eglises de vouloir miner l'économie du marché et d'avoir, dans ce but, tramé l'affaire du lait pour nourrissons. A son avis, Nestlé n'a aucune obligation d'examiner la façon, dont son lait pour nourrissons est utilisé.*

Ballarin: United States Nestlé Company has advised me that their research indicates this is actually an indirect attack on the free world's economic system: a worldwide church organization with the stated purpose of undermining the free enterprise system is at the forefront of this activity.

Kennedy: Now you can't seriously expect... (Noise in background: gavel banging) We'll be in order... we'll be in order now please. We'll be in order. You don't seriously expect us to accept that on face value, after we've heard as you must have, Doctor... if I could just finish my question... the... the testimony of probably 9 different witnesses. (...) It seemed to me that they were expressing a very deep compassion and concern about the well-being of infants, the most vulnerable people in this face of the world. (...)

Kennedy: Would you agree with me that your product should not be used where there is impure water? Yes or no?

Ballarin: Uh, we give all the instructions...

Kennedy: Just... just answer. What would you... what is your position?

Ballarin: Of course not. But we cannot cope with that.

Kennedy: Well, as I understand what you say, is where there's impure water, it should not be used.

Ballarin: Yes.

Kennedy: Where the people are so poor that they're not gonna realistically be

able to continue to purchase it, and that they're going to dilute it to a point which is going to endanger the health, that it should not be used.

Ballarin: Yes. I believe...

Kennedy: Alright, now...then my final question is...is what do you...or what do you feel is your corporate responsibility to find out the extent of the use of your product in those circumstances in the developing part of the world? Do you feel that you have any responsibility?

Ballarin: We can't have that responsibility, Sir. May I make a reference to...

Kennedy: You can't have that responsibility?

Ballarin: No.

Nestlé's Verkaufsmethoden heute

Nestlé's Promotion Today

La publicité de Nestlé aujourd'hui

MALAYSIA

- * Skript eines TV-Werbespots
- * Script of a TV commercial
- * Scenarior pour un film publicitaire

Copy from OGILVY & MATHER (MALAYSIA) SDN. BHD

Client	Nestlé
Product	Lactogen with Honey
Job No.	NES/TV/451K
Media	TV/Cinema - 40secs.
Version	1
Date	4.11.77

"BABY SHOW - III"

VIDEO

1. Open a banner saying "BABY SHOW" outside a building. People are entering.
2. MCU on Mother I with a 3 month old baby and Mother II with a 6 month old baby. They are in conversation.
3. The camera pans down and slowly zooms in on the 2 babies.
4. Cut away to the kitchen of Mother I. CU of Lactogen with Honey pack with feeding bottle beside it. The measure is dipped into the powder.
5. Pull back as the measure empties powder into the bottle.
6. Pull back to see Mother I shaking the bottle. We see Baby I in the foreground looking a little unhappy.
7. Dissolve as Mother I puts the bottle in his mouth.

AUDIO

SOUND EFFECTS

MUSIC UP AND FADES OUT

(CONVERSATION IN V.O. INTERSPERSED WITH BABY GURGLE)

MOTHER I: He's my first baby. I breast feed him, but he's growing so fast. I also give him Lactogen with Honey.

It's easy to mix and all the instructions for hygienic and correct preparation are on the leaflet in the tin.

He really enjoys it. He loves the taste of the honey.

8. CU on the contented baby.
9. Cut back to the two mothers in conversation at the Baby Show. MOTHER II: So does mine.
10. Pan down onto the two babies as the mothers talk. He's thriving on Lactogen with Honey ... it's got lots of vitamins. I'm bottle-feeding now because I'm back at work.
11. Dissolve on pan sideways to see Baby I being crowned SFX: APPLAUSE
12. Full focus and pan on crowd watching the judging. We see other mothers, husbands and an older woman, all applauding. SFX: APPLAUSE INCREASES
13. Continue pan to see a Nestlé demonstrator also applauding in front of a Lactogen with Honey display stand. SFX: APPLAUSE
14. Cut to Baby II being crowned SFX: APPLAUSE FADES
15. CU on Baby II. MALE V.O.: Breast feeding is best for your baby but when supplemental feeds are required or when you can no longer breast feed, choose Lactogen with Honey.
16. Match dissolve to Lactogen pack For a healthy, happy baby - Lactogen with Honey.
17. Pop on super: "For a healthy, happy baby". BABY DEEP GURGLE

CGE/CWY

stamp: APPROVED 11/11/77
COPY SUPERVISOR
Department of Broadcasting

(Copy received from the Department of Broadcasting, Ministry of Culture, Republic of Singapore)

- * Nestlés Milchschwester in Penang sind besonders rücksichtslos.
- * Nestlé's "milk nurses" in Penang are particularly ruthless.
- * Les "infirmières-lait" de Nestlé à Pénang sont particulièrement sans égards.

Very little market size or market information was available, but Nestlé was acknowledged to be the leading seller, with Dumex notably second and Wyeth third in this city.

Nestlé, Dumex, Wyeth and Dutch Baby are said to have one or more mothercraft personnel in the Penang area. Mead Johnson formerly had mothercraft personnel, but they are "less in evidence now than formerly", according to one doctor. Accordingly to one nurse (midwife, who reports having been frequently approached with offers of employment by the milk companies) a mothercraft nurse receives significantly better pay and fringe benefits than her counterpart in public service. Pay is better, a car is provided, the work week is five days

(rather than six) and nurses for Nestlé are offered the right to buy Nestlé products at stock prices. "And if you get to be supervisor, you will be among the top paid women in Southeast Asia".

Mothercraft nurses routinely visit hospitals and clinics during pre-natal care instruction periods to talk to expectant mothers and distribute free samples directly to mothers. Mothercraft nurses also visit patients on the wards of the hospitals, despite a Ministry of Health directive expressly forbidding this! As the nurse/midwife explained, "Now they come during visiting hours when anyone is allowed on the wards. How can we stop them; we're not policemen?" Often mothercraft nurses follow mothers into their homes.(...)

Speaking of the mothercraft nurses, a public service nurse complained "We have to work that much harder to counteract their influence. Supposedly they are trained, but just how far they put their training to use, I don't know. I've never heard a mothercraft nurse give really good instructions on breast feeding to switch brands. They visit the homes of newborns before we ever do. Everytime I visit a home, I find that the company nurse has already been there. They give advice contrary to what we want". Finally she added: "Are you trying to stop the company nurses? It would make our work much easier".

A doctor in private practice in a large, poor public housing project confirmed that mothercraft nurses visit in that area despite the fact that the population is overwhelmingly poor. Less than 5% of mothers are breastfeeding, the doctor estimated, despite the fact that the majority are housewives. "A family could easily spend \$60 per month on formula feeding. When the family is only making \$300 per month, that's a lot". There's a lot of aggressive selling. The mothers are given samples, and they're hooked on the product right from the start". The doctor said that Nestlé is the most aggressive, followed by Dumex.

(E. Baer, Consultant ICCR, Infant Formula Promotion in Malaysia, Testimony submitted to the U.S. Senate Health Subcommittee, July 1978)

PHILIPPINES

- * *In vielen Spitälern dürfen die Milchfirmen der Reihe nach je einige Wochen lang die Milch für alle Neugeborenen liefern und Gratismuster verteilen. Nestlé-Werbung ist weit verbreitet. Geschenke für das medizinische Personal sind an der Tagesordnung.*
- * *In many hospitals the milk-companies take turns for a few weeks in supplying the milk for all new born babies and in the distribution of free samples. Advertising by Nestlé is wide spread. Presents for the health workers are an everyday occurrence.*
- * *Dans nombre d'hôpitaux, on autorise les producteurs de lait à livrer, pendant quelques semaines et à tour de rôle, le lait pour tous les nouveaux-nés et d'y distribuer des échantillons gratuits. La publicité Nestlé est largement répandue. Des cadeaux faits au personnel hospitalier sont à l'ordre du jour.*

The Infant Formula Industry

The infant formula industry is dominated by three multinational firms: Wyeth-Suaco (the local affiliate of Wyeth Laboratories, a subsidiary of the American based American Home Products), Mead Johnson (subsidiary of American based Bristol Myers) and Nestlé (Swiss). Together they account for 98 - 99 % of the market, with Abbott Laboratories selling the remaining 1 - 2 %. Estimates of

the market size varied, but a total market of at least U.S.\$ 20 - 22 million was thought to be "not wrong". This corresponds to approximately 12.5 - 14 million pounds of formula per year. Wyeth is estimated to control about 40% of the market (unitwise), while Nestlé and Mead Johnson share the remainder somewhat equally, although market shares change. (...)

Unitwise, the Filipino market is said to be growing at a rate of 8-10%; the saturation point of the market is not in sight. Estimates of profit margin varied from 5% to 15%. Estimates of the promotional budget as a percentage of sales ranged from 4-7%. (...)

Nestlé and Wyeth are each said to have about 40 medical representatives in this area, no estimate was obtained for Mead Johnson. (...)

Nestlé medical representatives are said to be all nurses, nutritionists, and medical technologists. They wear dark blue uniforms, a Nestlé pin, and an ICIFI badge. They do not have the authority to make home visits, but do conduct "mothercraft" classes in hospitals and clinics. (...)

Promotional Practices

(1) There has been a reduction in mass media advertising in recent years, where little or no mass media advertising is done at this point in time. (...)

(2) Samples of infant formula are donated in substantial quantities to public and private hospitals. (...) Samples are routinely given to doctors, nurses and midwives for "discretionary use". Samples are routinely given to the mother to take home. Almost every Filipino baby receives formula while in hospital.

(3) Baby posters, calendars, height charts, are prominently displayed in every hospital visited. Many hospitals lack the resources for any other form of wall decorations.

(4) All three major companies distribute promotional literature to doctors, touting the quality of their products, emphasizing their similarity to breast milk. No analogous information is made available about the advantages of breast feeding. (...)

(5) All three companies distribute baby care books. Breast feeding is now described as the preferred form of feeding, but the coverage of breast feeding is minimal in comparison to bottle feeding. Baby care books usually carry an explicit promotional message.

(6) Other promotional devices aimed at the consumer include wristlets, name tags, pre-printed feeding instruction cards, diapers, towels, feeding bottles, and the like. Nestlé printed weight charts for the government's national nutrition program.

(7) Small gifts to doctors at Christmas or on birthdays or other occasions are routine. Wyeth, for example, distributes mirrors with S-26 written on them. Other companies give cakes, dresses, etc.

(8) Support for professional societies, conferences, meetings, and continuing education is routinely provided. Often meetings are organized around a meal, also sponsored by the companies. Transportation, accommodations and meals are provided to conference speakers and committee chairman, and sometimes to participants. Medical research prizes are also offered.

The Extent of the Problem

The problem of infant malnutrition in the Philippines is of staggering proportions. Thirty-four percent of the under six population is said to be suffering from second and third degree malnutrition. (...)

Dr. del Mundo added in our interview, "probably 90-95% of infants treated for diarrhea in the first month of life are not breast fed. The common denominator of infant diarrhea is artificial feeding." (...)

Dr. Alicia Caspellan, of the National Nutrition Service stated, "with breast feeding, we could probably solve 3/4 of the nutritional problems of the young infant." (...)

Dr. Antonio Dennis Reis has written: "Many milk companies in their efforts to promote their products are guilty of suppressing breast feeding practices by showing good effects of use of their products utilizing public personalities like movie stars in their campaigns. Unfortunately, the effects of this are on the lower classes of people. The irony is that these are the very people who could ill afford the expensive milk products being promoted."(...)

The Medical-Industrial Connection

In many hospitals the three major companies have worked out arrangements with hospital administrations and/or doctors for rotational distribution of free samples. Thus, for a two week or one month period, one company's formula will be exclusively used in the nursery. Each company has its turn. Health workers call this the "flavor of the month" arrangement.

Promotion of infant formula is concentrated on the health professions and health care institutions. The companies are well aware that when a baby is started on an infant formula product in a hospital, two things are likely to happen. First, the mother is likely to interpret the bottle feeding of her infant as "medically endorsed", a powerful influence especially on poor people who view hospital institutions and health workers with both fear and respect. And second, the mother will try buying the same product to provide continuity in feeding her baby. This explains the companies' willingness to provide substantial amounts of free samples to hospitals for nursery use. In addition, free samples are routinely given to doctors, nurses and midwives. When there is a baby in a doctor's family, six months or a year's supply of formula is often provided; for paraprofessionals, three months supply is common. Several nurses reported receiving free samples every time the company representatives came to deliver the "flavor of the month" in the nursery. (...)

At José Fabella Memorial Hospital, a frighteningly poor, overcrowded, dingy hospital which is reported to have the largest number of births of any hospital in Southeast Asia (2'500-3'000 deliveries per month!) written hospital rules dictate this arrangement: all medicare babies to receive Nestogen; all premature babies to receive Alacta; all paying patients to receive S-26 or Pelargon and the rest will be rotated, 50 days on Bonna and 28 days on Alacta. Company advertisements are very much in evidence in this hospital, despite the fact that it caters to the very poor. In overcrowded wards, filled with malnourished children being fed intravenously, are colorful posters by Nestlé and Wyeth. (...) According to health workers interviewed there, company representatives visit mothers on the wards to give out formula, teach correct bottle feeding, and distribute baby books. (...)

At San Juan de Dios Hospital, three locked cabinets in the nursery ante room are marked "Nestlé", "Wyeth", and "Mead Johnson". The samples are kept here and distributed on a 15 day rotation. The nurses write down in notebooks the number of babies fed on each product so the agents can check up. (...)

Miraculous Medal Hospital: In addition to Wyeth decals, there were Enfamil (Mead Johnson) and Nestlé posters in the delivery room. According to the hospital director, free samples are provided by all the companies in rotation. The mother takes home whatever is left over. The companies provided bassinets for the hospital nursery.

At Manila Hospital, a large government hospital serving 100% charity cases, the pediatric ward has to accommodate as many cases as are brought in.

At the nurses' station in the maternity ward were Nestlé posters and an Enfamil baby picture. At the bedside of almost every patient in the malnutrition wards are cans of infant formula: NAN, Pelargon, Enfamil, Bonna, etc. (...)

At Philippines General Hospital (the "showcase" government hospital), a pediatric resident acknowledged the intensity of formula promotion: "Of course, it's a competitive business". All three companies distribute samples. "They have little gimmicks to win your confidence," the resident said. "I see the representatives at least once a week, and they bring samples every two weeks. Even the nurses and aides get samples, because if a company has influence over the nurse, it has influence over the mother."

The resident acknowledged that overdilution and contamination were common, and that most patients had no refrigeration and only "a rough kitchen". No rooming-in was practiced. (...)

In the nursery at Philippines General Hospital, there are also formula advertisements. Wyeth stickers and a Bonna Calendar are prominent. Several newborns were being fed out of glass bottles marked "Pelargon". (...)

When asked about the impact of the infant formula companies' promotion, this resident replied, "You know it's a good deal for us doctors. We get little presents for our birthdays or Christmas. Nothing expensive, just a cake or a nice dress for the ladies. It's not showy, they don't write on the cake "To Dr. _____ from Wyeth-Suaco". They personalize it. It comes with a note saying, "From José" And you know who José is; he's the medical representative. It's a subtle form of persuasion. It's part of the commercialization of the medical profession. It's inevitable in a capitalistic system". (...)

Three doctors noted that companies are always offering nursery equipment. "And when a new nursery is being set up, the companies fall all over themselves with offers of assistance", said one source. (...)

One pediatrician in a private Manila hospital described the arrangement with Mead Johnson. In exchange for provision of incubators, cribs and other nursery equipment, the hospital agreed to distribute Mead Johnson products exclusively for the next three to four years. The doctor mentioned two other private hospitals where similar arrangements had been made.

Finally, support of professional societies, scientific conferences, seminars and meetings is common place. Wyeth sponsors Intensive Continuing Education Courses in Pediatrics; Mead Johnson sponsors continuing education courses, seminars, symposia, etc. all over the country; Nestlé sponsors one day seminars specializing in infant nutrition. The Philippine Pediatric Society annual meeting is "shouldered by the milk companies", said one doctor. (...)

Nestlé sponsored the annual meeting of the Integrated Midwife Association of the Philippines. "Midwives take care of babies", a pediatrician noted, "there are strings attached".

(Edward Baer, Consultant ICCR, Infant Formula and Infant Nutrition in the Philippines, Testimony submitted to the US Senate Health Subcommittee, July 1978)

MALAYSIA (2)

* *Nestlé's Baby-Shows*

Another particularly objectionable form of promotion is company sponsored baby shows. Nestlé is the acknowledged leader in this although other companies are following suit. Nestlé now sponsors such baby contests only in cooperation with some community group. In the attached newspaper clipping (Echo, June 5, 1978) the Lions Club was the ostensible host, but prizes, decorations and Lactogen Crowns for the winners are supplied by Nestlé. Nestlé advertising and sample cans are featured prominently throughout.

(E.Baer, Malaysia, loc. cit.)

* *Sogar Nestlé anerkennt das Problem*

* *Even Nestlé is aware of the problem*

* *Même Nestlé reconnaît qu'il y a un problème*

Even Nestlé is aware of the problem of overdilution. In their free handout advertising Lactogen Full Protein to the medical profession subtitled "Malnutrition a problem? Read how we can help". They say, "Formula stretching is fairly common for a mother who has bought an expensive formula because she wanted to give her baby the best. She may, when she sees it being used up so quickly, try to make it last longer by giving less powder than recommended".

(E.Baer, Malaysia, loc.cit.)

SOUTH AFRICA

* *Nestlé wirbt in lokalen Dialekten am Radio, in Zeitungen und Zeitschriften.*

* *Nestlé advertises in local dialects on radio, in newspapers and magazines.*

* *Nestlé se sert des dialectes locaux pour sa publicité à la radio, dans les journaux et les magazines.*

In Soweto, a black township where a large number of residents live below the poverty line, SMA (a Wyeth product) and LACTOGEN (a Nestlé Product) can be bought in nearly every cafe and pharmacy. This holds true for rural areas of South Africa as well as neighboring countries such as Lesotho, Swaziland, and Botswana. (...)

Until recently, formula advertisements, free samples and literature were all available to patients in the obstetric hospital at Barangwanath. This has been stopped by the authorities over the last year because of the harm it causes. However, billboards advertising formula are still spread over black townships. Newspapers and magazines with a large African circulation such as

"Bona" and "Post" carry misleading advertisements as Nestlé's: "breast feeding is always the best, but when you feel that the time has come then Nespray is best." (...)

Advertisements written in Xosa, Zulu and Sotho are aimed specifically at the Africans. They are also heard on Bantu radio.

(Naomi Baumslag, professor of preventive medicine, Testimony for the U.S. Senate Record, 1978)

Now Dad can give baby
all the goodness of mother's milk.

Nan contains the vitamins and minerals
found in breast milk.

Nothing can ever quite replace your own breast milk and mother's
milk will always be the best thing for baby.

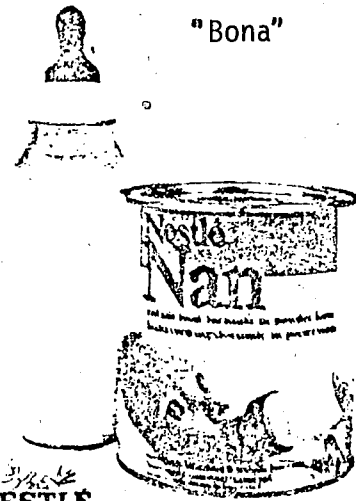
Don't be too upset if you cannot feed baby yourself, though.

You can give him Nan, and be sure that he is getting all the
nourishment, all the vitamins, all the minerals that he needs for
happy, healthy growth.

And when the time comes to stop feeding baby yourself,
you can trust your baby to Nan. Nan is so safe and easy to use.

You can even let Dad do a little mothering too!

Nestlé. The most trusted name in infant feeding. NESTLÉ.



DOMINICAN REPUBLIC

- * Aerzte werden am Umsatz beteiligt.
- * Doctors are given a share in the turn-over.
- * Les médecins participent au chiffre d'affaires.

Moyers: Do the companies just put pesos down on the table and offer them to the doctor?

Dr. Mena: No, nothing like that. this shows that they are not so stupid or something like that.

Moyers: Dr. Rafael Mena is a pediatrician in Santo Domingo.
He was trained in New York hospitals.

Translator/Dr. Mena: In order for me to be fair, I have to point out that maybe 5 or 10% of the doctors do not accept gifts, but the majority do. For example, if you need new tires for your car, some people say OK, we'll get you new tires -- prescribe our products.

Moyers: Are there other ways it works? Does it...do the companies contribute to doctors' associations, to doctors' organizations, to, uh, indirect subsidies?

Dr. Mena: Yes...Yes...Really they are contributing to the doctors' association, ARAPF.

Moyers: ARAPF is an association of pharmaceutical companies doing business in the Dominican Republic. Bristol-Myers, Abbott and Nestlé belong. American Home Products does not. But its local distributors do.

In 1973, ARAPF made an agreement by which the companies or their distributors make direct contributions to the Dominican Medical Association. The contributions are based on sales of all pharmaceutical products, including infant formula. The money, more than 80 thousand dollars last year, goes to the doctors' pension and insurance funds -- as well as to sponsor professional meetings. The agreement was secret until early this year, when it made headlines in Dominican papers. Doctors had demanded more money...the agreement broke down. Now both sides are trying to negotiate new terms.

(From "Into the Mouth of Babies...", CBS-Reports, CBS Television Network, July 5 1978, 20h EDT)

- * Nestlé stiftet einen Schulungsraum und schenkt der Regierung Babymilch zum Weiterverkauf. Gratismuster sind weit verbreitet.
- * Nestlé donates a class-room and quantities of baby milk to the government, which subsequently sells it. Samples are wide spread.
- * Nestlé fait don d'une salle de formation et offre au gouvernement du lait pour nourissons qu'il peut revendre. Les échantillons gratuits sont largement répandus.

We first visited the "Hospital de Ninos Dr. Robert Reid Cabral", where we had an appointment to speak with Dr. A., pediatrician in the leading children's hospital. (...)

Across the hall from the rehydration room was a bronze wall plaque saying "Classroom donated by Nestlés". Inside the air-conditioned room (the only air-conditioning we saw in the entire hospital) the walls were lined with five or six posters of color photographs of infant formula varieties, preparation instructions, and healthy, white babies. The finest piece of furniture in the room was a display case of all of Nestlés products. There were no posters showing breastfeeding.

Dr. A. took us into the rehydration ward, where about two dozen tiny, skinny babies, some with bloated bellies, were being fed saline solutions through intravenous tubes. Mothers were standing beside the tables, and in several cases the baby bottle - and the formula can of NAN or Nestogeno - were propped beside the baby. The doctor went around the room, asking "do you give milk to your child?" (using the word leche, indicating formula, rather than asking dar al seno -- although leche means milk). All but two said they used the formula, many reaching into their bags to show the Nestlés products (with a smattering of Bristol-Myer's ENFAMIL). When asked why, they said the doctor recommended it, that they couldn't breast feed themselves, that their milk was too weak, and so forth. A number of the women said they had started out breastfeeding, but after one or two months they had to switch. Others had started with formula right away, "because it was used in the hospital". (...)

The doctor told of the pressure the hospitals are under to use the formula, and his remarks were amplified by a prominent nutritionist we spoke with that afternoon. The formula product companies, specifically Nestlés and Bristol

Myers (the latter needs to be confirmed), donate to the government all the formula it needs for use in the hospital and for distribution in the state-run leche banks*. The government pays for the transportation and storage of the product and the administration of the milk banks. The second doctor (...) did not have figures on the accumulated cost of the program to the government, but estimated that it might be near a million dollars. The government then sells the products for \$1.55 to \$1.60 for a pound's can to the general population, perhaps covering its costs, perhaps taking a profit (??).

The hospitals hand out two-three day samples of Nestlé's products (and perhaps others -) for mothers to take home to use. Hence, new-born children often go five or six days without breastfeeding, or regular breast feeding. Mothers, doctors and pharmacists all attributed these samples -- and the implicit endorsement of the products through its use and distribution -- to the ensuing faithful use of the same brand.

** These milk banks are too few for supplying the whole population.*

(Anon., A Preliminary Report on the Use of Infant Formula in the Dominican Republic, 1977)

** Ausreichende Flaschennahrung ist unerschwinglich teuer.*

** A complete course in baby food is far too expensive.*

** Une alimentation au biberon suffisante ne peut être garantie qu'à des prix exorbitants.*

To feed a baby with "baby formula" including clean or boiled water, fuel etc., costs approx. 10 pesos a week and that means about 50% of minimum salary which is between 60 - 80 pesos a month for people from the working class and those who are trying to make a living or to survive, which means about 80% of the population.

(Report by a Dominican Priest, ICCR 1978)

ST. VINCENT

** Das Stillen wird als teuer und kompliziert dargestellt.*

** Breast feeding is described as complicated and expensive.*

** L'allaitement est décrit comme étant compliqué et onéreux.*

Most damagingly, "baby books" may contribute to the belief of many mothers that they cannot "afford" to contribute to exclusively breast feed. As one mother in St. Vincent put it when asked whether a baby would be healthy if given only breast milk for 4 months, "Yes, but some parent's milk isn't so good. I couldn't afford to buy enough food, so I used Lactogen to keep her" (Greiner, 1977). One Nestlé "baby book" given out in St. Vincent, called "Those First Months of Pregnancy", says that a breast feeding mother must eat 3500 calories a day, "and a large portion of this amount must come from foods which are rich in protein: meat, fish, poultry, eggs, dairy products (milk, butter, cheese, yogurt, etc.)."

Nestlé's baby book for Africa, "The Dawn of a New Life", says that she must drink at least two glasses of milk a day and plenty of good clean water. Some of this information is nutritional nonsense and most of it is impossible for poor mothers to follow."

(Ted Greiner, *Regulation and Education: Strategies for Solving the Bottle Feeding Problem*, Cornell International Monograph Series No 4 (1977))

GUATEMALA

- * 40% der Notfälle in einem städtischen Kinderspital sind auf Flaschenernährung zurückzuführen
- * 40% of the emergency cases in an urban Children's hospital are caused by bottle-feeding.
- * 40% des cas d'urgence qui se présentent dans un hôpital pédiatrique municipal sont dus à l'alimentation au biberon.

On Tuesday, January 31, we visited the largest hospital in Guatemala City, Roosevelt General Hospital, which is a public hospital servicing predominantly urban poor. We met with Dr. Carlos Beteta, head of the emergency pediatric section. (...)

We then talked with Beteta about the problem. He said that infant mortality in Guatemala was between 62% and 70% before the age of four. (...) He estimated that his emergency pediatric section received 100 cases per day. Of these, i.e., 40 per day, were a result of the misuse of infant formula or powdered milk. I asked him this question twice to make sure that these figures were what he intended to say.

(D. Gartland and Ch. Dahm, *Observations on the Effects of Infant Formula Use in Guatemala*, 1978)

- * Als Reaktion auf den Berner Prozess verlagerte Nestlé ihre Werbeanstrengungen auf das medizinische Personal.
- * As a reaction to the Berne lawsuit, Nestlé redirected their advertising at medical personnel.
- * La réaction de Nestlé au procès de Berne fut de choisir le personnel médical comme nouveau but pour ses efforts de publicité.

In regard to the promotion by drug companies, Dr. F. and Dr. V. thought they were not promoting it as publicly as they had. Previously Dr. V. had seen the calendars, almanacs, posters, etc. They thought that because of the problems in Switzerland, Nestlé's international office became very angry with local Guatemalan salespeople and cracked down on them and their public advertising. They said that they had not seen advertisements for some time, but then considered that maybe just they had not received it because of their position and work on the issue. They did say that the companies were still visiting the doctors. Their promotional strategy now focused on financial support to the Pediatrics Association, funding social events for the doctors and largely underwriting the annual congress of the pediatrics association. "Actually the salespeople and the doctors become quite good friends," he said, "so you see it is hard to say no to the favors the drug people ask."

(Gartland and Dahm, loc.cit.)

MEXICO

- * *Die Milchfirmen haben entscheidenden Einfluss auf die Ausbildung der Aerzte.*
- * *The milk companies have substantial influence in the instruction of doctors.*
- * *Les maisons productrices de lait ont une influence décisive sur la formation des médecins.*

No instruction is provided by the teachers or texts on breastfeeding technique; the only doctors likely to receive such training would be those who pursued a pediatrics speciality for 2-3 years after passing exams that qualified them as doctors. This ignorance about breastfeeding is often set in a context in which doctors receive free samples and printed promotional material about formula from the companies. The result all too often is a medically unjustified recommendation for artificial feeding. Marcus said his own experience as a young doctor doing social service in the state of Chiapas in a hospital that monthly received crates of free samples followed this pattern. He also knew of cases of doctors receiving life insurance policies from companies in exchange for prescribing large volumes of formula. (...)

I decided to check this by questioning doctors in the Cerro de Judío area. My most fruitful contact was with Dr. Clark. His consultorio, which like many others in poverty areas advertised cheap deliveries with large signs, sits beneath a precipitous ridge covered with squalid shacks and dusty roads. Open latrines, hordes of flies, and contaminated drinking water that sits for days in uncovered oil drums set the stage for infectious diarrhea as the no.1 infant health problem. (...)

Dr. Clark claimed that the representatives of milk companies made no effort to advise him on how or when to use formula; their pitch was limited to virtues of their products in comparison with competitors. But certainly the fact that he received 10 cans of free formula per month from both Mead-Johnson and Nestlé which he in turn distributed one can per mother at the end of the third month ought to be viewed as part of a conditioning process responsible for a promiscuous use of artificial milk.

(Ken Gilchrist, Report from Mexico No.2, ICCR 1977)

VENEZUELA

- * *Von Nestlé bezahlte Ernährungswissenschaftler infiltrieren staatliche Gesundheitsorganisationen.*
- * *Nutritionists payed by Nestlé infiltrate governmental health organisations.*
- * *Des spécialistes en matière de science de l'alimentation payés par Nestlé s'infiltrèrent dans les organisations de santé étatiques*

Interview with Dr. Medina of the National Nutrition Institute (INN):

She told us about a series of ads that Nestlé had put in the Caracas newspaper basically defending themselves after the Swiss trial. She showed how she had pressured the Company to change their ad from a picture of a doctor giving advice, to a picture of a mother breast-feeding. The basic message: "Breastfeeding is best," but "if breast milk fails, then Nestlé has a whole line of supplemental products." Much of the interview was spent talking about Nestlé, be-

cause Nestlé has hired three nutritionists in Venezuela, and they seem to have a lot of influence within health and governmental agencies. One of the nutritionists had worked previously at the INN, another, at the Ministry of Health. They know everyone. These nutritionists give educational courses in barrios, schools and even in the maternity hospital. They do not mention Nestlé or Nostlé products. Medina said they shared the "line" of the INN 100% and have problems with the Company because of that. We asked did she, Dr. Medina, think there were any commercial objectives. She believes so -- but not in the hospital -- more in enhancing the Company's reputation and in what they can sell later. Although the nutritionists don't think it is ethical to give products or even mention their names, when they teach in the barrio, for example, another woman goes with them to show which Nestlé products will fit into a particular recipe. Medina says she knows the Company isn't stupid and is doing something self-interested; nevertheless, in her opinion, these three people are responsible nutritionists.

Interview with Dr. A., Hospital dos Ninos, Caracas:

He talked for quite a while about Nestlé -- how they finance conferences, paying the plane fare of attendees; how 10-12 pages of any medical journal are filled with formula ads. He was outraged that the Venezuelan National Institute of Nutrition allowed a Nestlé employee to accompany an Argentinian doctor to a conference which would determine the official format and policies for nutrition education in Venezuela. "Nestlé is everywhere, I feel so frustrated, so helpless," he declared.

(Leah Margulies, *Observations on Bottlefeeding in Venezuela, 1977*)

PERU

- * *Einladung zu einer von der Compania Peruana de Alimentos (alias Nestlé) spendierten Cocktailparty im Rahmen des Pädiatriekongresses 1978.*
- * *The Compania Peruana de Alimentos (alias Nestlé) offered invitations to a cocktail party during the Pediatrician Congress 1978.*
- * *Invitation à une réception organisée par la Compania Peruana de Alimentos (alias Nestlé) dans le cadre du congrès de pédiatrie en 1978.*

El Director Gerente de la Compañía Peruana de Alimentos, S. A., Perulac; Tiene el agrado de invitar a Ud. al Cocktail Buffet que ofrecerá en honor a los distinguidos participantes del "X Congreso Peruano de Pediatría" que se llevará a cabo el día Sábado 29 de Abril, a horas 9.00 p.m. en el "Golf y Country Club", Trujillo.

Otto Anderhub Lasser, espera verse honrado con su presencia y le reitera sus más especiales consideraciones.

Trujillo, Abril de 1978

This activity and a luncheon offered by Carnation are regularly part of all Pediatrician Congresses in Peru, under the same auspices.

(from P.A.Borgoltz, Testimony Submitted to the U.S.Senate Health Subcommittee, 1978)

FRANCE

- * Babymilchwerbung bei Fremdarbeitern*
- * Infant formula advertising among immigrant workers*
- * Publicité pour le lait pour nourissons auprès des travailleurs immigrés*

I discovered an "information" sheet for new mothers at a pharmacy in Paris: Whereas in France we are accustomed to seeing promotional literature printed in the several languages of the EEC, this one is printed in French, Spanish, Portuguese, Serbo-Croatian, Turkish and Arabic - surprisingly enough, the languages spoken by immigrant workers' families whose birth rates are known to be higher than those of the native French population. This sheet points out that artificial feeding may be begun at birth and only shows breastfeeding as a possibility up to the age of two months. After that, only the bottle is pictured and the advice is to buy commercial products. My pharmacist told me that the sheet had been left by the Guigoz milk salesman, although no such identification is given on the document. Guigoz is a Nestlé brand name.

(Susan George, Nestlé Alimentana SA: The Limits to Public Relations, Economic and Political Weekly, Vol.XIII No. 37, 1978)

Aus der medizinischen Forschung

News from Medical Research

Nouvelles de la recherche médicale

Philippinen: Stillen halbiert die Kindersterblichkeit

Eine aufsehenerregende Studie wird Dr. Clavano, Leiterin der Pädiatrischen Abteilung am Baguio General Hospital, diesen Herbst im Journal of Tropical Pediatrics publizieren. In einem Interview mit E.Baer und in den Hearings vor dem amerikanischen Senat gab sie eine kurze Zusammenfassung:

Dr. Clavanos Untersuchung beruht auf den Daten der ca. 10'000 Kinder, die in den vier Jahren 1973 bis 1976 in diesem Spital geboren wurden. In den ersten zwei Jahren wurde das Kind wie üblich nach der Geburt von der Mutter getrennt und erst einmal künstlich ernährt. Dann führte Dr. Clavano das "rooming-in" ein, zwei Stunden nach der Geburt wird das Kind zur Mutter gebracht und soweit wie möglich von ihr versorgt. Der Erfolg war erstaunlich. Der Anteil der stillenden Mütter stieg von 21,6% auf 83,1%, die Sterblichkeit der Babies sank um 47,2% und die Morbidität um 58%. Die Zahl der Blutvergiftungen und Durchfälle ging um 66% bzw. 79% zurück. Entgegen einer weitverbreiteten Meinung ging die Belastung des Spitalpersonals nach Einführung der neuen Methode sogar zurück.

Philippines: Breast-feeding halves infant mortality

Dr. Clavano, director of the pediatric department of the Baguio General Hospital, will publish an exciting study in the autumn edition of the "Journal of Tropical Pediatrics". In an interview with E.Baer, and in the hearings of the American Senate, she gave a short summary:

Her study is derived from data based on approximately 10,000 births in the Baguio General Hospital between 1973 and 1976. In the first two years of the study the child was, as usual, separated from the mother immediately after the birth and, for some time, fed artificially. In the third year, Dr. Clavano introduced "rooming-in": Two hours after the birth the child is brought to the mother, and as far as possible, fed by her. The result was surprising: The percentage of breast-feeding mothers rose from 21.6% to 83.1%, the mortality rate of the infants dropped by 47.2%, and the rate of morbidity was reduced by 58%. The incidence of blood-poisoning and diarrhoea fell by 66% and 79% respectively. Contrary to widespread beliefs, even the stress on hospital personnel was reduced, after the introduction of this measure.

- * Auch in Papua Neu Guinea: Die Flasche führt zu Unterernährung.
- * Bottle feeding leads to malnutrition, in Papua New Guinea too.
- * En Guinée Papouasie, comme ailleurs: Le biberon provoque la sous-alimentation.

Research carried out in Port Moresby has revealed that the incidence of clinical levels of malnutrition is up to seven times as high among bottle-fed infants as their breast-fed counterparts.

(J.N.Lambert, Nutrition Planner, National Planning Office in FAO Bulletin no. 119, 1978)

- * Zwei Studien aus den USA zeigen, dass selbst in industrialisierten Staaten bei höheren Einkommen Flaschennahrung eindeutig schädlich ist.
- * Two American studies show, that, even in industrial societies with higher standards of living, bottle-feeding is manifestly harmful.
- * Deux études faites aux Etats-Unis prouvent que l'alimentation des nourissons au biberon est indiscutablement nocive, même dans les pays industrialisés avec des revenus plus élevés.

In an attempt to clarify this issue, we compared children hospitalized for gastroenteritis at our medical center with a larger normal population of children discharged from our nursery, for incidence of breast feeding. (...)

The data in this study strongly indicate that breastfeeding plays a major role in protection against intestinal infections. This effect is almost as dramatic in a modern, middle-class community as in a developing country with rudimentary environmental sanitation. Our results are virtually identical with those of Ironside and associates, who reported in 1970 on a group of 339 infants hospitalized for diarrhea in Great Britain; only one infant was breast-fed. The data further suggest that breast feeding is protective only when it is an ongoing process.

(S.A.Larsen and D.R.Homer, Relation of Breast Versus Bottle Feeding to Hospitalization for Gastroenteritis in a Middle-Class U.S.Population, Pediatrics 92(3); 417, 1978)

One half of the healthy newborn at a rural medical center were initially breast fed; the proportion declined to 4% by one year of age. Breast-feeding was associated with significantly less illness during the first year, especially if continued beyond 4½ months of age. Breast-feeding was associated with a higher level of parental education and, by inference, higher socioeconomic status. In better educated families the difference in significant illness between infants who were artificially fed and those who were breast fed for prolonged periods of time was two- to threefold.

(A.S.Cunningham, Morbidity in Breast-Fed and Artificially Fed Infants, Pediatrics 90 (5) 726-729, 1977)

- * Stillen senkt die Geburtenrate.
- * Breast-feeding reduces the birth-rate.
- * L'allaitement réduit le taux des naissances.

The shift from breast to bottle could contribute to problems of overpopulation. By contributing to a high infant mortality rate it may increase parents' incentives for having a surplus of children as a form of old age security. More directly, it removes the now well-documented effect of delaying the onset of ovulation provided by unsupplemented breast feeding.

(Ted Greiner, Regulation and Education: Strategies for Solving the Bottle Feeding Problem, Cornell University, 1977)

- * *Der Rückgang des Stillens hat grosse wirtschaftliche Konsequenzen. Muttermilch ist ein wertvolles Nahrungsmittel, das in der Diskussion um den Hunger kaum beachtet wird.*
- * *The reduction of breast-feeding has significant economic consequences. Mothers' milk is an important food, rarely considered in discussions on famine.*
- * *La régression de l'allaitement a de graves conséquences économiques. Le lait maternel est un aliment particulièrement précieux qui n'est guère mentionné lorsqu'on discute du problème de la faim.*

World yields of most cereal grains, and that of many other major food crops, have apparently been gratifyingly high in 1976. However, this was a disastrously bad year in the world as far as human breast milk production is concerned. I estimate that total world production of human breast milk may be 12 billion liters short of production potential. This "loss" in monetary terms is in the order of 6 billion dollars. Where total grain production has steadily increased over the last 4 decades, total production of breast milk has declined quite dramatically.

There are probably over 120 million infants alive in the world. If all their mothers were in full lactation providing appropriate quantities of milk for them, they would in one year produce over 30 billion liters of milk. This would provide 22,500 billion kilocalories and 400 billion grams of protein. The value of this milk at U.S. supermarket prices for whole fluid milk would be about 15 billion dollars, and yet the cows' milk would provide less energy than the human milk.

In the last 20 years a network of some ten excellent international research centers have been established around the world with the objective of conducting research designed to improve food production, and to increase yields of specific food crops. IRRI in the Philippines and CIMMYT in Mexico are perhaps the best known. These ten centers together are working on rice, maize, wheat, millet, sorghum, legumes, potatoes, vegetables and animal production. The total budget of these centers in 1975 was about 50 million dollars. Where is there a comparable institute conducting research to help ensure an adequate supply of breast milk? There is no such institute, yet breast milk is the only natural food product which is complete in its content of nutrients, which can serve as the only food of a human during his period of most rapid growth, and which is produced on every continent.

There exists a crisis in infant feeding practices and yet one that has neither caught the headlines, nor interested the economists, despite its huge economic implications, and it is an issue which most nutritionists have ignored.

(M.Latham, in Ted Greiner, *Regulation and Education: Strategies for Solving the Bottle Feeding Problem*, Cornell University, 1977)

- * *Industrialisierung muss keineswegs Flaschenernährung zur Folge haben.*
- * *Bottle-feeding is not a necessary consequence of industrialisation.*
- * *L'industrialisation ne doit pas forcément mener à l'alimentation au biberon.*

The reasons commonly given by mothers for discontinuing breast feeding are worth examining. A part of a review of the literature by Almroth is given in Table 3. This shows that mothers' employment was given as the reason for weaning the child from the breast in at the most 6 percent of cases.

An examination of the present pattern of breast and bottle feeding in the world shows that there is a poor correlation between, for example, levels of industrialization or of female employment and rates of bottle feeding. (...)

Peking is as industrialized as Paris; Moscow is as urbanized as Manchester; and Leningrad has a higher rate of working women than does Los Angeles. Yet the majority of infants in Peking, Moscow and Leningrad are breast fed, whereas in Paris, Manchester and Los Angeles the huge majority are bottle fed.

The Peoples Republic of China has undergone rapid industrialization in recent years but the transition from breast to bottle has apparently not occurred there. Reports indicate that by far the majority of Chinese infants are breast fed. The government has taken steps to allow the high number of working mothers to bring their babies to work, to have them well cared for, and to be breast fed there. Knowledgeable visitors returning from China are impressed by the health and growth of young children, and by reports of incredibly low infant mortality rates from certain cities from which figures are available. Infant and toddler mortality rates for the whole of China do not seem to be available.

(M.Latham, loc.cit.)

EINE NEUE STUDIE DER W.H.O.

A NEW STUDY BY THE W.H.O.

UNE NOUVELLE ÉTUDE DE L'O.M.S.

- * 1974 verabschiedete die World Health Assembly, das oberste Organ der WHO, eine Resolution, die vor dem Rückgang des Stillens warnt und Massnahmen gegen das Vordringen der künstlichen Babynahrung fordert (siehe unsere Pressekdocumentation Nr. 4). Daraufhin organisierte die WHO eine breitangelegte Studie über das Stillen in neun Ländern: Guatemala, Chile, Aethiopien, Zaire, Nigeria, Indien, die Philippinen, Ungarn und Schweden. Der Leiter der Studie, Dr. Carballo, referierte in den amerikanischen Senatshearings die ersten Ergebnisse. Den niedrigsten Anteil stillender Mütter fand man in den Philippinen und in Guatemala, den höchsten in Nigeria und Zaire. Carballo über die Babymilchwerbung:
- * In 1974, the World Health Assembly, the highest organ of the WHO, passed a resolution warning of the reduction of breast-feeding and demanding measures against the advance of infant formula (see our "Information for the Press" no 4). On the strength of this, the WHO organised a broad study on breast-feeding in nine countries: Guatemala, Chile, Ethiopia, Zaire, Nigeria, India, the Philippines, Hungary and Sweden. The director of the study, Dr. Carballo, described the initial findings in the hearings of the US Senate. The lowest percentage of breastfeeding mothers was found in the Philippines and in Guatemala, the highest in Nigeria and Zaire. Dr. Carballo's report on infant formula promotion:
- * En 1974, l'Assemblée Mondiale de la Santé, l'organe principal de l'O.M.S., a accepté une résolution avertissant de la diminution de l'allaitement et exigeant des mesures contre l'envahissement par l'alimentation artificielle pour nourissons (voir notre documentation de presse No. 4). A la suite de cette résolution, l'O.M.S organisa une large étude sur l'allaitement dans neuf pays,

à savoir le Guatemala, le Chili, l'Ethiopie, le Zaïre, le Nigéria, l'Inde, les Philippines, la Hongrie et la Suède. Le directeur de l'étude, le docteur Carballo, en a exposé les premiers résultats à l'occasion d'un hearing du sénat américain. La part la plus faible de mères allaitant leurs bébés fut enregistrée aux Philippines et au Guatemala, la part la plus forte au Nigéria et au Zaïre. Le Dr. Carballo au sujet de la publicité faite pour le lait pour nourissons:

With respect to the provision of free samples of milk and feeding bottles in hospitals, our data indicate that this practice was rare in Sweden, Hungary, Zaïre, India and in Chile in the case of urban poor and rural population groups. In the other settings that were studied the practice of giving free samples appears to have been relatively common.

In the Philippines 27% of mothers coming from urban economically advantaged backgrounds were given free milk samples while in hospital. Among the urban poor 9% had received free samples and in the case of the rural population sampled 41% had been given milk samples.

In Guatemala the social group most exposed to this practice was the urban poor and 19% of those who had delivered in hospital stated that they had received free milk samples. Free bottles were also given in a number of settings but by no means to the same extent as were milk samples.

In Nigeria 23% of the urban economically advantaged and 10% of the urban poor received milk samples.

Our data also indicate that the overall exposure of mothers to industrially processed and commercially marketed infant foods was extensive. Knowledge of brand names was almost universal throughout the economically advantaged populations in all nine countries. This was also true of the urban poor and rural communities of Chile, Guatemala and the Philippines.

In the case of the Philippines, for example, all the mothers interviewed in the urban poor and rural communities that were studied knew products by their brand name. In Nigeria 72% of urban poor mothers studied knew products of their brand name. (...)

While no attempt has been made in this study to correlate patterns of breast feeding with the type and degree of marketing of industrially processed infant foods, it appears significant that in two of the settings where mothers were provided with free samples of milk there was also a marked low incidence of breast feeding. Similarly the extent to which knowledge about brand products had extended into urban poor and rural communities, and the diverse network of distribution channels utilized in the marketing and distribution of infant foods would also seem significant. The possible association of these practices with patterns of breast feeding cannot be overlooked.

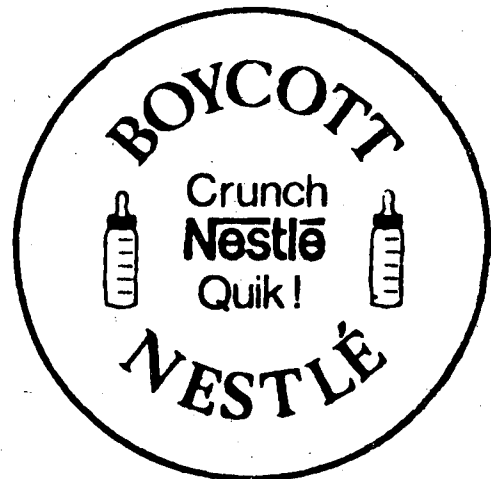
The Nestlé Boycot

- * Dem Nestlé-Boykott haben sich angeschlossen:
- * Partial list of Nestlé boycott endorsements:
- * Le boycottage de Nestlé est soutenu par:

Senator Dick Clark, Democrat from Iowa
Senator James Abourezk, Democrat from Southern Dakota
Rudy Perpich, Gouvernor of Minnesota
Cesar Chavez, President of the United Farmworkers of America
Doris Callaway, Chairwoman, Dept. of Nutrition, U.of Cal., Berkeley
Michael Latham, Director, Program of International Nutrition, Cornell Univers.

Presbyterian Church of the United States
United Methodist Church (in 14 states)
Lutheran Church of America (in 6 states)
American Lutheran Church Women
National Association of Women Religious
Clergy and Laity Concerned
Archdiocese of San Francisco

Washington State Democratic Party
Democratic Farmer-Labor Party of Minnesota
United Farmworkers of America
American Medical Student Association
California Nurses Association
Oxfam America
National Coalition for Development Action



Diese Liste enthält nur einige Prominente und grosse Organisationen, die dem Boykott eine wachsende politische Bedeutung verleihen. Für seine Durchführung ist jedoch die lange Liste lokaler Prominenzen und Organisationen viel wichtiger: Frauenvereine, Konsumentenverbände, Kantinen von Schulen und Universitäten, Schüler- und Studentenorganisationen, Professoren, Forschungsinstitute und eine grosse Zahl kirchlicher Organisationen.

This list contains only a few well known personages and big organisations who give the boycott a growing political importance. But to be really effective, the support of local organisations and personalities is far more important: women's organisations, consumer organisations, school and university food services, professors, student organisations, research institutes, and church organisations.

Cette liste n'inclue qu'un petit nombre de personnalités importantes et de grandes organisations qui donnent au boycottage un poids politique croissant. La réalisation de ce boycottage cependant dépend davantage de la longue liste des notables locaux et des organisations d'importance locale: associations de femmes et de consommateurs, cantines d'écoles et d'étudiants, professeurs, instituts de recherche, ainsi qu'un grand nombre d'organisations ecclésiastiques.

INFANT

THE INFANT DEMANDS

IMMEDIATELY STOP ALL PROMOTION OF INFANT FORMULAS:

An end to direct advertising of formula to consumers,

An end to distribution of free supplies to hospitals, clinics, and homes of newborns,

An end to the use of company "milk nurses", and

An end to promotion to the health care professions and through health care institutions.

Chronik der Ereignisse

- um 1970 Vereinzelte warnende Stimmen vor dem Siegeszug der Saugflasche und vor den Werbefeldzügen der Milchfirmen in der Dritten Welt artikulieren sich vorwiegend in Fachzeitschriften und an Medizinerkongressen.
- Namhafte Mediziner fordern die Kindermilchfirmen zu einem "Dialog" mit dem Ziel einer freiwilligen Selbstbeschränkung auf.
- ab 1970 Der geforderte "Dialog" zieht sich unter der Aegide einer UNO-Fachkommission (UNPAG) jahrelang dahin und führt hauptsächlich zu hochtönenden Absichtserklärungen seitens der Milchfirmen. Diese, allen voran Nestlé, verstärken gleichzeitig ihre Werbetätigkeit beträchtlich.
- Gleichzeitig nimmt auch die Kritik in Fachkreisen beträchtlich zu und äussert sich in einer Flut von Publikationen, deren Ton zunehmend schärfer wird.
- August 1973 Ein Interview der britischen entwicklungspolitischen Zeitschrift "New Internationalist" macht erstmalig eine breitere Öffentlichkeit mit dem Problem bekannt.
- Februar 1974 Publikation des Reports "The Baby Killer" durch War on Want in Grossbritannien.
- Mai 1974 Die Arbeitsgruppe Dritte Welt Bern übersetzt den War on Want-Bericht und publiziert ihn unter dem Titel "Nestlé tötet Babies".
- Mai 1974 Die Weltgesundheitsorganisation WHO fordert in einer Resolution die staatliche Einschränkung irreführender Werbung für Baby-milch.
- Juni 1974 Nestlé reicht in Bern gegen die Arbeitsgruppe Dritte Welt Strafklage wegen Ehrverletzung ein.
- November 1974 Die Arbeitsgruppe Dritte Welt macht die Strafklage und ihren Gegenstand der Öffentlichkeit bekannt. In den folgenden zwei Jahren grosses Aufsehen in den Massenmedien.
- Winter 1974 Das Interfaith Center on Corporate Responsibility (ICCR), ein Ausschuss des National Council of Churches, beginnt eigene Untersuchungen über die Missbräuche im Babymilchgeschäft der dritten Welt. Mitgliedsorganisationen des ICCR reichen im Dezember Aktionärs-Resolutionen bei amerikanischen Milchfirmen ein, die Informationen über ihre Praktiken verlangen.
- November 1974 Erste Session des Nestlé-Prozesses in Bern unter grosser Anteilnahme der Öffentlichkeit des In- und Auslandes.

- April 1976 Der Nonnenorden "Sisters of the Precious Blood", eine Mitglied-organisation des ICCR, reicht gegen den US-Multi Bristol-Myers Klage ein. Bristol-Myers wird beschuldigt, in ihren Informationen an die Aktionäre unwahre Angaben gemacht und somit ein amerikanisches Gesetz verletzt zu haben.
- Juni 1976 Nestlé zieht drei ihrer vier Anklagepunkte im Berner Prozess zurück, darunter auch die Klage gegen die Behauptung, sie sei für den Tod oder die bleibende geistige und körperliche Schädigung Tausender von Kindern verantwortlich. Sie fordert für die Mitglieder der Arbeitsgruppe Dritte Welt je sechs Monate Gefängnis.
- Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Dritte Welt werden zu je 300 Franken Busse verurteilt. Der Richter rät Nestlé, "ihre Werbepraktiken grundsätzlich zu überdenken", und sagt: "Wenn sich die Klägerin in Zukunft den Vorwurf des unmoralischen und unethischen Verhaltens ersparen will, muss sie ihre Werbepraktiken ändern."
- Januar 1977 Gründung der INFACT (Infant Formula Action Coalition) in den USA, die auf die amerikanischen Milchfirmen und Nestlé einwirken will.
- Juli 1977 Der INFACT-Zweig in Minnesota ruft zu einem Nestlé-Konsumentenboykott auf. Andere INFACT-Gruppen schliessen sich an.
- Winter 1977 Die Zahl der Aktionsgruppen in den USA wächst. Zahlreiche lokale kirchliche Organisationen, Parteien, Zeitschriften und Einzelpersonen unterstützen öffentlich den Boykott.
- Januar 1978 Nach mehrmonatigen Verhandlungen geht der Prozess Sisters of the Precious Blood gegen Bristol-Myers mit einem Vergleich zu Ende. Bristol-Myers muss ihre Aktionärs-Informationen berichtigen und versprechen, jede Direktwerbung einzustellen und auf ihre firmeneigenen Schwestern in Jamaica zu verzichten.
- Februar 1978 Auf Nestlés Initiative, die die Auswirkungen des Boykotts fürchtet, finden mehrere Gesprächsrunden mit den Kritikern statt. Diese stellen fest, dass der Boykott so lange weitergehe, bis Nestlé ihre Geschäftspolitik substantiell geändert hat.
- Mai 1978 Vor einem Senatsausschuss in Washington finden Hearings statt. Unter dem Vorsitz von Edward Kennedy werden Aerzte, Krankenschwestern, Marketingexperten und Vertreter von amerikanischen Milchfirmen sowie von Nestlé angehört und befragt. Nestlés plump-polemische Auftreten erregt in der amerikanischen Öffentlichkeit allgemeines grosses Missfallen.

Weitere Informationen

Further Information

Informations ultérieures

SCHWEIZ / SWITZERLAND / SUISSE

Arbeitsgruppe Dritte Welt
Postfach 1007

tel. (031) 232018
245879

CH-3001 B E R N

U.S.A.

INFACT
1701 University Av., SE
Minneapolis, MN 55 414

tel. (612) 331-3437

B.R.D. / F.R.G. / R.F.A.

ASOeP
Postfach 270'148
D-5000 K O E L N 1

UNSERE DOKUMENTATION ZUM NESTLE-PROZESS ERSCHIEN 1976 UNTER
DEM TITEL "EXPORTINTERESSEN GEGEN MUTTERMILCH" IM ROWOHLT-
VERLAG (RORORO AKTUELL 4065).

NOTRE DOSSIER SUR LE PROCÈS-NESTLÉ EST PARU TOUT RECEMMENT CHEZ
MASPERO (CAHIERS LIBRES 348) SOUS LE TITRE:
"NESTLE CONTRE LES BEBES"