

WHO-code: Reclame voor kunstvoeding aan banden

Om borstvoeding in alle landen te beschermen en het onnodig overstappen op kunstvoeding te voorkomen, riep de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) in 1981 de WHO-code in het leven. In dit nummer reageren vier deskundigen op drie stellingen over de WHO-code.

Tekst: Ingeborg Hoogsteen

De WHO-code is een internationale gedragscode die regels omvat voor de marketing van vervangingsmiddelen voor moedermelk. Daaronder vallen kunstmatige zuigelingenvoeding, opvolgmelk, flessen en spenen, en andere voedingsmiddelen voor baby's, zoals sapjes en fruithapjes bedoeld voor kinderen onder de zes maanden. Om bij te blijven met nieuwe ontwikkelingen wordt de WHO-code elke twee jaar aangevuld met een nieuwe resolutie. Deze resoluties vormen één geheel met de oorspronkelijke WHO-code en hebben dezelfde status.

De belangrijkste punten uit de WHO-code zijn:

- Er mag geen reclame worden gemaakt gericht op het grote publiek voor de genoemde producten, niet in de media en niet in de winkels.
- Er mogen geen gratis monsters van deze producten worden geschonken aan moeders van zuigelingen of aan zwangere vrouwen.
- Fabrikanten van kunstvoeding mogen geen geschenken uitdelen aan moeders van zuigelingen, zwangere vrouwen en mensen die in de gezondheidszorg werken.
- Kunstvoeding mag niet gratis of goedkoop aan instellingen in de gezondheidszorg geleverd worden, behalve voor zuigelingen die uitsluitend met vervangingsmiddelen voor moedermelk gevoed kunnen worden.
- Er is een verbod op verkoopbevorderende activiteiten binnen gezondheidszorginstellingen.
- Kunstvoedingsfabrikanten mogen geen direct contact opnemen met zwangere vrouwen en moeders van zuigelingen.

- De verpakking van kunstvoeding moet een mededeling bevatten dat borstvoeding de beste voeding voor zuigelingen is en de verpakking moet ook voorzien zijn van duidelijke instructies in de landstaal over de juiste bereiding.
- Er mag geen idealisering plaatsvinden van kunstvoeding op de verpakking, niet in tekst en ook niet met afbeeldingen.
- Er mogen geen foto's van baby's op de verpakking van kunstvoeding staan.
- De voorlichting of informatievoorziening door fabrikanten aan medewerkers in de gezondheidszorg dient feitelijk en wetenschappelijk te zijn.

Omdat de WHO-code een richtlijn is, worden overtreders niet strafrechtelijk vervolgd, ook al hebben ze

beloofd zich aan deze internationale code te houden. Ook Nederland heeft niet de gehele code in z'n wetgeving opgenomen, maar wel veel onderdelen. Die staan in de Nederlandse Warenwet voor zuigelingenvoeding. Zo staat in de Warenwet dat fabrikanten op geen enkele wijze reclame mogen maken gericht op het grote publiek voor volledige zuigelingenvoeding voor baby's van nul tot zes maanden. Reclame in wetenschappelijke publicaties is toegestaan, mits deze uitsluitend gegevens van feitelijke en wetenschappelijke aard bevatten en niet de indruk wekken dat kunstvoeding gelijkwaardig is aan of beter is dan moedermelk. Deze regels gelden niet voor opvolgmelk.



Foto's: iStock

ERNA KERKHOF, VERLOSKUNDIGE:

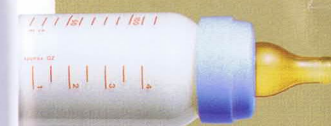


Stelling 1

Reclame maken voor kunstvoeding zou bij de wet verboden moeten worden.

'Reclame voor kunstvoeding is voor een deel al bij de wet verboden. Deze suggestie is dus niet nieuw. Het is wél de bedoeling dat de kunstvoedingsindustrie zich hieraan houdt. Wanneer de Nederlandse overheid consequent zou zijn in haar beleid, zou ze de integrale WHO-code, inclusief alle aanvullende resoluties, implementeren in de Nederlandse wetgeving. Door de Voedsel- en Warenautoriteit (VWA) zou dan streng op de naleving kunnen worden toegezien en overtredingen zouden met bijvoorbeeld boetes kunnen worden bestraft.

De overheid geeft aan, via het Voedingscentrum en via andere beleidsplannen, de preventieve gezondheidszorg van groot belang te vinden. Daar heeft ze zowel vanuit menselijk als vanuit economisch oogpunt gelijk in. Borstvoeding is bij uitstek een voorbeeld van preventieve gezondheidszorg, en in die context is er zeker veel voor te zeggen om de reclame voor kunstvoeding volledig te verbieden. Het gaat hier immers niet om de keuze tussen appels of sinaasappels, of tussen drop of chocola. In tegenstelling tot wat de kunstvoedingsindustrie vaak suggereert, zijn borstvoeding en kunstvoeding geen gelijkwaardige alternatieven. Kunstvoeding geeft aantoonbare risico's van aandoeningen op de korte en de lange(re) termijn. Zo is jaren geleden ook de reclame voor tabak verboden. De negatieve gezondheidseffecten van het gebruik van deze middelen waren daartoe de directe aanleiding.'



Stelling 2

Kunstvoedingsfabrikanten proberen bewust de WHO-code te omzeilen.

'Deze stelling is te zwak. Ze proberen die niet te omzeilen, ze doen dat al. De WHO-code wordt door de kunstvoedingsindustrie bij herhaling met voeten getreden. Elke reclame voor kunstvoeding is een overtreding van de WHO-code, net als elke reclame voor flessen en spenen. De kunstvoedingsindustrie "verwart" de Warenwet dikwijls met de WHO-code. De WHO-code gaat een stuk verder. Omdat veel artikelen uit de WHO-code niet in de Nederlandse wetgeving zijn opgenomen, kan de WHO-code straffeloos worden overtreden. De reclame voor opvolgmelk is een duidelijk voorbeeld van een overtreding. De kunstvoedingsindustrie zegt wel borstvoeding heel belangrijk te vinden, maar dat statement roept scepsis op. Daar waar de kunstvoedingsindustrie informatie over bepaalde producten verstrekt (zoals vaak in advertorials gebeurt, dat zijn teksten die eruitzien als redactionele stukken, maar in feite reclame zijn), zijn de eisen zeer streng. De gunstige eigenschappen van borstvoeding, de negatieve effecten op de borstvoeding van gedeeltelijk kunstvoeding geven, de moeilijkheid van het terugdraaien van een dergelijke beslissing, de sociale en financiële gevolgen van het gebruik van kunstvoeding en de gezondheidsrisico's van onnodig gebruik van kunstvoeding: al deze thema's moeten worden genoemd door de fabrikanten van de producten binnen het bereik van de WHO-code wanneer zij informatie over hun product verschaffen.'



Stelling 3

De WHO-code is in Nederland overbodig. Vrouwen kunnen prima zelf bepalen of ze borstvoeding of kunstvoeding willen geven.

'Om zelf goed een oordeel te kunnen vormen over wat voor hun kind en hun gezin de beste keuze is, hebben moeders en ouders informatie nodig die vrij is van commerciële invloeden. De informatie moet feitelijkheden en achtergrondinformatie bevatten over de risico's van kunstvoeding voor de baby, de risico's van geen borstvoeding geven voor de moeder en de financiële consequenties voor het gezin. Dan pas kan er sprake zijn van "informed decision making". Dan pas kunnen weloverwogen besluiten worden genomen en kan worden beoordeeld of borstvoeding geven een goede optie is. Door de manier waarop veel producten die binnen de WHO-code vallen worden aangeprezen, kan bij ouders gemakkelijk de indruk ontstaan dat deze producten niet schadelijk zijn en geen risico's opleveren. Aanprijzing van kunstvoeding gebeurt in een veel grotere groep dan die waarvoor kunstvoeding nodig is. Ook wordt ten aanzien van speciale kunstvoedingen dikwijls de suggestie gewekt dat deze vrijwel net zo goed zijn als borstvoeding of moedermelk. Dit is aantoonbaar onjuist. Het feit dat moedermelk uit de borst een product is met levende cellen, betekent dat kunstvoeding per definitie een inferieur product zal blijven, zowel voedingskundig als immunologisch. De kunstvoedingsindustrie wijst consumenten hier niet op.'

KATRIEN VAN LAERE, MEDISCH DIRECTEUR VAN NUTRICIA:

Stelling 1

Reclame maken voor kunstvoeding zou bij de wet verboden moeten worden.

'Reclame maken voor volledige zuigelingenvoeding voor baby's van nul tot zes maanden is al bij wet verboden. Wel mag in wetenschappelijke publicaties informatie worden gegeven over volledige zuigelingenvoeding, mits deze uitsluitend gegevens van feitelijke en wetenschappelijke aard bevatten en niet de indruk wekken dat flesvoeding gelijkwaardig is aan of beter is dan borstvoeding. Ouders die op zoek gaan naar informatie over volledige zuigelingenvoeding verwijzen wij altijd door naar professionals, zoals verloskundigen en consultatiebureaus. Wij zijn van mening dat ouders die moeten of willen overstappen op het geven van flesvoeding, een bewuste keuze moeten maken en dus goed geïnformeerd moeten worden over de verschillende soorten voedingen die worden aangeboden. Het reclameverbod geldt niet voor opvolgmelk. Naast het informeren van de medische professie over flesvoeding zal Nutricia dan ook blijven adverteren voor flesvoeding na zes maanden omdat we de voordelen van onze innovatieve en wetenschappelijk onderbouwde producten ten opzichte van die van de concurrentie onder de aandacht van ouders willen brengen.'

Stelling 2

Kunstvoedingsfabrikanten proberen bewust de WHO-code te omzeilen.

'In Nederland is in de Warenwetregeling Zuigelingenvoeding exact beschreven wat op de verpakking moet staan en op welke wijze er over de producten gecommuniceerd mag worden. Dit is in lijn met de WHO-code. Ook is hierin te vinden aan welke eisen zuigelingenvoeding moet voldoen. Zo is bepaald hoe de voeding samengesteld moet zijn en welke ingrediënten toegevoegd mogen worden. Deze Nederlandse regeling is gebaseerd op de Europese regelgeving en in 2007 weer helemaal herzien. In Nederland is de wetgeving leidend: de WHO-code heeft geen rechtsgeldigheid. Maar dat maakt de code niet minder belangrijk. Nutricia houdt heel bewust rekening met de WHO-code. We hanteren strikte interne communicatierichtlijnen, zeker richting consumenten. Dat betekent bijvoorbeeld niet adverteren voor baby's onder de zes maanden. Het is absoluut niet Nutricia's intentie de WHO-code te omzeilen. Eigenlijk is het heel duidelijk: de gezondheid van het kind staat centraal en borstvoeding staat op de eerste plaats. Daarna neemt de industrie het over, en dat doet Nutricia zo goed mogelijk. We hebben allemaal hetzelfde doel en willen graag samenwerken met alle partijen om dat doel na te streven.'

Stelling 3

De WHO-code is in Nederland overbodig. Vrouwen kunnen prima zelf bepalen of ze borstvoeding of kunstvoeding willen geven.

'Wij vinden het erg belangrijk dat ouders een bewuste keuze kunnen maken om borstvoeding of flesvoeding te geven. Daarbij moeten ouders goed worden voorgelicht over de voordelen van borstvoeding. Borstvoeding biedt zo veel meer dan alleen een goede voedingssamenstelling, zoals de binding tussen moeder en kind, een goede dosering en duizenden dingen meer. Borstvoeding is het allerbeste, zoals de WHO-code duidelijk maakt. Zeker in ontwikkelingslanden is de code cruciaal, in Nederland is hij belangrijk. En de code is succesvol: het promoten en stimuleren van borstvoeding zit nu op een hoger niveau dan voor de invoering van de code. Ook wij vinden dat een goede zaak. Maar als ouders moeten of willen overstappen, dan is het toch mooi dat er flesvoeding van hoge kwaliteit is? En dan is het ook van groot belang dat ouders een bewuste en juiste keuze kunnen maken op basis van goede en volledige informatie over flesvoeding. De professionals, zoals kraamverzorgenden, verloskundigen en consultatiebureaus, spelen hierin een cruciale rol.'



MARIANNE VANDERVEEN, LACTATIEKUNDIGE IBCLC:

Stelling 1

Reclame maken voor kunstvoeding zou bij de wet verboden moeten worden.

'De WHO-code met reclameverbod is er niet voor niets gekomen. Wereldwijd was er in de jaren zeventig veel babyziekte en babysterfte als gevolg van kunstmatige zuigelingenvoeding. De WHO-code richt zich daarom op een groot aantal aspecten. Ook sociale en economische factoren spelen een rol. Omdat in ontwikkelingslanden (baby)melkpoeder vaak wordt aangelengd met vervuild of met te veel water, sterven daar veel baby's. Het zet bovendien de gezondheid van de kunstgevoede baby én zijn familieleden onder druk. Kunstvoeding legt voor velen een dermate groot beslag op het gezinsinkomen, dat voor de overige gezinsleden te weinig geld voor gezonde voeding en andere belangrijke zaken als gezondheidszorg en onderwijs overblijft. Ook in Nederland lopen Ook in Nederland kunnen er dingen misgaan met de dosering en de hygiëne bij het klaarmaken van kunstvoeding, en lopen kinderen gezondheidsrisico's voor de lange en de korte termijn wanneer zij geen borstvoeding krijgen. Bovendien zorgt kunstvoeding voor onnodige milieubelasting. Borstvoeding is een hernieuwbare bron zonder vervuiling voor consument en milieu. Kunstvoeding daarentegen vereist landbouwgronden voor het grazen van melkproducerende koeien, waterverbruik en grondstoffenverbruik voor de productie, brandstof voor het transport, de productie en de reiniging van verpakkingsmateriaal, en flesgebruik en hogere kosten voor de gezondheidszorg door een stijging van het risico van allerlei aandoeningen.'

Stelling 2

Kunstvoedingsfabrikanten proberen bewust de WHO-code te omzeilen.

'Het grote publiek waardeert het dat de kunstvoedingsfabrikanten op de verpakking vermelden dat borstvoeding het beste is. Het geeft ze vertrouwen. De tekst "borstvoeding is het beste" is echter geen vrijwillige toevoeging op de etiketten, maar een wettelijke verplichting. Deze wettelijke verplichting is in de WHO-code overigens nog een stuk verder uitgewerkt. Zo hoort op grond van de WHO-code bijvoorbeeld op de labels te staan dat kunstvoeding alleen zou moeten worden gebruikt op advies van een gezondheidswerker wanneer die aangeeft dat het gebruik noodzakelijk is. Bovendien moeten de etiketten een waarschuwing bevatten tegen de gezondheidsrisico's van onoordeelkundige bereiding. Een terugkerend misverstand over de WHO-code is trouwens dat het document het gebruik en de verkoop van de genoemde producten verbiedt. Dat is onjuist. De WHO-code roept niet op tot een boycot. Het is een document dat tot doel heeft veilige en geschikte voeding voor jonge kinderen te bevorderen. De bevordering van borstvoeding is een belangrijk middel tot dit doel. Verkoop en gebruik zijn dan ook geen probleem, maar reclame, dat heel iets anders is dan informatievoorziening, is wél een probleem. De kinderen die kunstvoeding nodig hebben, vormen een veel kleinere groep dan die waarop de reclame is gericht.'

Stelling 3

De WHO-code is in Nederland overbodig. Vrouwen kunnen prima zelf bepalen of ze borstvoeding of kunstvoeding willen geven.

'Het is goed te bedenken dat de kunstvoedingsindustrie er geen belang bij heeft om borstvoeding te stimuleren. Hoe meer moeders volledig en lang borstvoeding geven, hoe geringer de omzet. Bovendien zijn er veel stoffen die best aan kunstvoeding zouden kunnen worden toegevoegd, zoals de ontstekingsremmer interferon, maar die je niet aantreft in kunstvoeding. Interferon is een dure grondstof en de kunstvoeding zou daarmee te prijzig worden voor de consument. De stofjes die wél worden toegevoegd, hebben niet hetzelfde effect als de stoffen in moedermelk. Het is juist de samenwerking tussen de eindeloze hoeveelheid stoffen in moedermelk die voor zo'n positief gezondheidseffect zorgt. Anders dan bij borstvoeding hebben de bestanddelen van kunstvoeding geen 'één-plus-één-is-drie'-effect. Er worden telkens opnieuw bijzondere eigenschappen van moedermelk ontdekt. Overigens, wanneer bij borstvoeding steeds van "het beste" wordt gesproken, wordt ontkend dat borstvoeding "normaal" is. Borstvoeding is de norm, kunstvoeding is een noodoplossing. Kunstvoeding schiet ten opzichte van borstvoeding op vele punten tekort en is dus niet goed genoeg. Het zou daarom ook niet zo moeten worden aangeprezen. Ook reclame voor voeding na zes maanden is een WHO-codeovertreding, want een kind heeft op die leeftijd om allerlei redenen borstvoeding nog hard nodig.'