

WERBE-LEITLINIE DES DEUTSCHEN HEBAMMENVERBANDS – DIESE DETAILS MÜSSEN KOOPERATIONSPARTNER*INNEN BEACHTEN



Deutscher
Hebammen
Verband

Alle Partnerschaften und Kooperationen mit dem Deutschen Hebammenverband (DHV) unterliegen unseren [Kooperationsrichtlinien](#).

Der DHV arbeitet inspiriert von und stets auf Grundlage des Internationalen Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatznahrung der WHO (WHO-Kodex) und mit klar definierten Verhaltensregeln im Umgang mit Geschäftspartner*innen.

Eine Zusammenarbeit mit Unternehmen der Muttermilchersatznahrungsindustrie ist ausgeschlossen. Mit Herstellern von Milchpumpen und Stillhilfsmitteln (beides nicht vom WHO-Kodex erfasst) sowie Flaschen und Saugern und dem Handel ist eine Zusammenarbeit möglich, sofern diese Unternehmen nicht auch Muttermilchersatznahrung vermarkten (also nicht nur verkaufen, sondern auch aktiv bewerben). Eine vollumfängliche Implementierung des WHO-Kodex in Deutschland muss der Gesetzgeber umsetzen.

Hier nun kurz dargestellt die wesentlichen Punkte, auf die ein Unternehmen bei der Gestaltung von Kommunikationsmitteln achten muss, die beispielsweise im Rahmen von Sponsoring, Kooperationen und Anzeigenschaltungen beachtet werden müssen.

Werbekommunikation in DHV-Medien (z.B. Hebammenforum, Newsletter, Social Media)

Der DHV will eine Idealisierung der Flaschenfütterung vermeiden. Milchpumpen und Stillhilfsmittel sowie insbesondere Flaschen und Sauger dürfen nicht mit Bildern beworben werden, auf denen Babys und/oder Betreuungssituationen von Babys zu sehen sind. Es ist eine klare, einfache Produktabbildung nötig. Flaschen sind ohne Inhalt zu zeigen. Im Text wird evidenzbasiert und stillfreundlich kommuniziert. Das Zeigen von Pseudo-Siegeln wie von hebammen-testen.de sind als Bildelement nicht erlaubt.

Zusatzinformationen Advertorials

Advertorials im Hebammenforum oder anderen Verbandsmedien müssen fertig gestaltet angeliefert werden. Sie müssen klar als Werbung gekennzeichnet sein und sich deutlich in Schrift und Satzspiegel vom jeweiligen DHV Medium unterscheiden. Es muss eine klare Absenderkennung mit Logo und Produktabbildung erfolgen. Die finale Freigabe von Advertorials erfolgt durch die jeweilig zuständige Redaktion im DHV.

Gewünscht in Werbekommunikation: Hinweis auf Vorteile des Stillens

Wir wünschen uns als DHV, dass sich Kooperationspartner für die Stillförderung einsetzen. So sollen Unternehmen, wenn sie Milchpumpen und Stillhilfsmittel sowie insbesondere Flaschen und Sauger oder Beikostnahrung über den DHV bewerben, in ihrer Werbekommunikation einen Disclaimer in mindestens 8-Punkt-Schriftgröße integrieren. Unser Vorschlag hierfür:

“Stillen ist die natürliche Ernährung des Babys und Kleinkindes und trägt maßgeblich zur optimalen körperlich-geistig-seelischen Entwicklung bei.”

Optional: “Stillen ist die natürliche Ernährung des Babys und Kleinkindes und trägt maßgeblich zur optimalen körperlich-geistig-seelischen Entwicklung bei. Bei Stillproblemen kann die Hebamme beraten.”