

## **Kooperationsrichtlinien**

Grundlagen für Sponsoring und Kooperationen  
im Deutschen Hebammenverband e. V.

**Deutscher  
Hebammenverband e. V.**

Gartenstraße 26  
76133 Karlsruhe

**T.** 0721-98189-0

**F.** 0721-98189-20

[info@hebammenverband.de](mailto:info@hebammenverband.de)  
[www.hebammenverband.de](http://www.hebammenverband.de)

## Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	3
WHO-Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten und seine Bedeutung für Sponsoring im DHV	3
Vom WHO-Kodex mit seinen Resolutionen umfasste Produkte	4
Wann handelt ein Unternehmen WHO-Kodex-konform?	4
Wann agiert der DHV WHO-Kodex-konform?	7
Verhaltenskodex / Code of Conduct für Kooperationspartner des DHV	8
Korruption	8
Ausschluss von Zwangsarbeit und Disziplinarmaßnahmen	8
Verbot der Kinderarbeit	8
Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	9
Rechte der Arbeitnehmer*innen	9
Vereinigungsfreiheit und das Recht zu Kollektivverhandlungen	9
Diskriminierung	9
Umweltschutz	10
Management Approach	10

## Vorbemerkung

Der Deutsche Hebammenverband (DHV) bestreitet seine satzungsgemäßen Ausgaben wesentlich aus Mitgliedsbeiträgen. Darüber hinaus eröffnen Einnahmen aus Kooperationen mit Unternehmen und Sponsoringpartnerschaften einen Handlungsspielraum für weitere berufspolitisch bedeutende Vorhaben und Projekte, die den Hebammen in Deutschland zugutekommen und ohne diese Einnahmen nicht möglich wären.

Diese Partnerschaften und Kooperationen unterliegen seitens des DHV definierten Voraussetzungen. Der DHV hat sich erstens dazu verpflichtet, den Internationalen Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatznahrung der WHO einzuhalten. Dieser Kodex lässt Kooperationen nur mit entsprechenden Unternehmen zu, die diesen Kodex ebenfalls einhalten. Zweitens definiert der DHV einen Verhaltenskodex, der von möglichen Kooperationspartnern ebenfalls zwingend einzuhalten ist.

Die entsprechenden Werte sowie die Verhaltensregeln sowohl für Kooperations- und Sponsoringpartner\*innen als auch für den DHV werden im Folgenden dargestellt.

## WHO-Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten und seine Bedeutung für Sponsoring im DHV<sup>1</sup>

Der WHO-Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten hat das Ziel, zu einer sicheren und angemessenen Ernährung für Säuglinge und Kleinkinder beizutragen, und zwar durch Schutz und Förderung des Stillens und durch Sicherstellung einer sachgemäßen Verwendung von Muttermilchersatznahrung, wo solche gebraucht wird. Dies soll auf der Grundlage entsprechender Aufklärung und durch eine angemessene Vermarktung und Verteilung erfolgen.

Der WHO-Kodex sowie die Handlungsempfehlungen zur Beendigung der unangemessenen Absatzförderung von Nahrung von Säuglingen und Kleinkindern schließen Information und Vertrieb von Produkten, für die der Kodex gilt, nicht generell aus. Darüber hinausgehende verkaufsfördernde Maßnahmen werden kategorisch ausgeschlossen. Im WHO-Kodex sind dafür klare Regeln zum Verhalten dieser Unternehmen gegenüber Eltern und anderen Betreuungspersonen, Regierungen und Staaten, Gesundheitseinrichtungen, Gesundheitsfachpersonen und Verbänden von Gesundheitsfachpersonen festgehalten.

Kooperationen von Unternehmen, die vom Kodex erfasste Produkte herstellen oder vertreiben, mit Gesundheitsfachpersonen, Gesundheitseinrichtungen und Berufsverbänden von Gesundheitsfachpersonen sind weder im WHO-Kodex noch in den Handlungsempfehlungen zur Beendigung der unangemessenen Absatzförderung von Nahrung von Säuglingen und Kleinkindern ausgeschlossen. Sie unterliegen jedoch klaren Regeln, um Interessenskonflikte zu vermeiden.

---

<sup>1</sup> World Health Assembly, 1981, Internationaler Kodex zur Vermarktung von Muttermilchersatzprodukten und World Health Assembly, 2016, Guidance on Ending the Inappropriate Promotion of Foods for Infants and Young Children.

## Vom WHO-Kodex mit seinen Resolutionen umfasste Produkte

- Muttermilchersatznahrung
- Folge- und Kindermilch (auch als Pulver), vorgefertigte Säuglingsnahrung
- Sauger
- Säuglingsflaschen
- Nahrungsmittel und Getränke, die für Kinder unter drei Jahren empfohlen werden sowie solche, die mit folgenden Wörtern auf dem Label versehen sind: Baby, Säugling, Kleinkind; oder die ein Bild eines Kindes zeigen, das unter drei Jahre alt ist oder flaschengefüttert wird

## Wann handelt ein Unternehmen WHO-Kodex-konform?

- Keine Werbung oder andere Formen der Absatzförderung (Promotion) für Muttermilchersatzprodukte (inkl. Folge- und Kindernahrung), Flaschen und Sauger in der allgemeinen Öffentlichkeit
- Bei Werbung von Nahrungsmitteln und Getränken für Kinder unter drei Jahren (ausgenommen Muttermilchersatznahrung, Flaschen und Sauger) gilt:
  - Folgendes Statement muss enthalten sein: Stillen bis zu zwei Jahren und darüber hinaus ist wichtig, und Beikost sollte nicht eingeführt werden, bevor das Kind sechs Monate alt ist
  - Eine Angabe zur frühesten Einführung des Produkts muss enthalten sein (nicht früher als sechs Monate)
  - Die Texte müssen leicht verständlich formuliert sein
- Nicht gestattet ist:
  - direkte oder indirekte Verteilung von Ersatzmilch/Lebensmittel Proben an Schwangere, Mütter oder deren Familienangehörige
  - Reklame, Vergabe von Ersatzmilch/Lebensmittel Produktproben oder andere Formen der Absatzförderung am Verkaufsort (Rabattgutscheine, Sonderwerbeschau, Sonderverkäufe, Zugabeartikel, Lockartikel und Koppelungsverkäufe)
  - kostenlose Verteilung von Geschenkartikeln und Gebrauchsgegenständen an Schwangere und Mütter von Säuglingen und Kleinkindern, die die Verwendung von Muttermilchersatznahrung oder die Flaschenernährung fördern können (z. B. Flaschenwärmer, Flaschentrichter)
  - direkter oder indirekter Kontakt jedweder Art des Vermarktungspersonals (Person, deren Aufgabe die Vermarktung eines entsprechenden Produkts ist) zu Schwangeren und Müttern von Säuglingen und Kleinkindern (auch nicht indirekt über Hebammen)

- Informationen an Gesundheitspersonal müssen auf wissenschaftliche und faktische Daten beschränkt sein und dürfen nicht glauben machen, dass Muttermilchersatznahrung gleichwertig der Muttermilch ist
- Dem Gesundheitspersonal sollen keine finanziellen oder materiellen Anreize geboten werden, um entsprechende Produkte zu fördern
- Der Beitrag zu Stipendien, Studienreisen, Forschungsbeihilfen und zur Teilnahme an Fachkonferenzen durch diese Unternehmen an Gesundheitsfachpersonen, müssen der Institution gegenüber, in der die begünstigte Person arbeitet, offengelegt werden
- Keine Produktproben von Muttermilchersatznahrung oder Muster von Geräten oder Gebrauchsgegenständen zur entsprechenden Zubereitung und Verwendung an Gesundheitspersonal (außer sie sind zum Zweck der beruflichen Auswertung oder für die Forschung auf institutioneller Ebene notwendig)
- Keine Festlegung von Absatzquoten für entsprechende Produkte und keine Leistungsprämie für das Vertriebspersonal bezüglich solcher Produkte
- Das Vertriebspersonal sollte keine Informationsaufgabe erfüllen, die sich an Schwangere und Mütter richtet
- Für Muttermilchersatznahrung, Flaschen und Sauger gilt: Die Verpackung muss so gestaltet sein, dass sie nicht vom Stillen abhalten kann. Sie muss eine Aufklärung über die korrekte Verwendung beinhalten sowie eine deutliche und leicht lesbare Mitteilung auf allen entsprechenden Produkten mit folgenden Punkten:
  - Die Wörter „wichtige Information“
  - Hinweis auf die Überlegenheit des Stillens
  - Hinweis, dass das Produkt nur auf Anraten von Gesundheitspersonal verwendet werden sollte, welches über die tatsächliche Notwendigkeit und die richtige Anwendung informiert
  - Anweisungen für die richtige Zubereitung und eine Warnung vor den Gesundheitsgefahren einer falschen Anwendung
- Die Verpackung oder das Etikett dürfen keine Texte oder Bilder enthalten, die das Produkt idealisieren. Fotos von Babys auf dem Behälter oder dem Etikett sind nicht gestattet.
- Das Etikett auf der Verpackung von Muttermilchersatznahrung muss folgende Informationen beinhalten:
  - Zutaten
  - Zusammensetzung des Produkts
  - Erforderliche Lagerbedingungen
  - Chargennummer

- Ablaufdatum
- Informationen über Produkte (u. a. in Form von Werbung, Promotion, Sponsoring, Broschüren, Online-Informationen und Verpackungen) dürfen NICHT
  - Bilder, Texte oder ähnliches enthalten, die eine Nutzung für Kinder unter sechs Monate vorschlagen (z. B. Entwicklungsschritte)
  - Bilder, Texte oder ähnliches enthalten, die vom Stillen abhalten könnten oder die Bedeutung des Stillens untergraben; die einen Vergleich zu Muttermilch ziehen oder suggerieren, dass das Produkt der Muttermilch fast gleichzusetzen oder besser als diese ist
  - Flaschenfütterung empfehlen oder bewerben
  - vermitteln, dass eine Unterstützung (oder etwas das wie eine Unterstützung aufgefasst werden könnte) durch Fachpersonal oder andere Körperschaften/ Gremien gegeben ist, es sei denn dies wurde von den entsprechenden nationalen, regionalen oder internationalen Regulierungsbehörden genehmigt
- Keine Cross-Promotion zwischen Muttermilchersatznahrungen (inkl. Folge- und Kindermilch) und Nahrungsmitteln und Getränken für Kinder unter drei Jahren: Verpackung, Label und Materialien zur Bewerbung von Nahrungsmitteln und Getränken für Kinder unter drei Jahren müssen sich von denen für Muttermilchersatznahrungen deutlich unterscheiden (z. B. verschiedene Farben, Designs, Namen, Slogans,...). Ausschließlich ein gleicher Markenname und gleiches Logo sind erlaubt.
- Für Firmen, die Muttermilchersatznahrung wie auch Nahrungsmittel und Getränke für unter Dreijährige vermarkten gilt: Sie dürfen keine direkte oder indirekte Werbung für ihre Produkte aus dem Bereich für Kinder unter drei Jahre betreiben, indem sie eine Beziehung zu Eltern aufbauen (z. B. durch Baby-Clubs, Gewinnspiele, Social-Media-Gruppen oder Kurse).
- Für Angehörige des Gesundheitssystems (Gesundheitseinrichtungen, NGOs, Gesundheitspersonal, Berufsverbände des Gesundheitssystems) darf kein Interessenskonflikt entstehen:
  - Keine Verteilung kostenloser Proben oder Preisnachlässe auf Produkte (Nahrungsmittel und Getränke für Kinder unter drei Jahren) an Familien über Angehörige des Gesundheitssystems (außer bei offiziell geförderten Projekten, ohne Firmennamen)
  - Keine Spenden oder Überlassung von Ausstattung oder Dienstleistungen an Gesundheitseinrichtungen
  - Keine Geschenke oder Anreize an Gesundheitspersonal
  - Keine Nutzung von Gesundheitseinrichtungen für Veranstaltungen, Kampagnen oder Wettbewerbe
  - Keine Verteilung von Geschenken oder Coupons an Eltern oder Familien

- Keine direkte oder indirekte Schulung von Eltern zum Thema Säuglings- und Kinderernährung in Gesundheitseinrichtungen
- Ausschließlich wissenschaftliche und faktische Informationen an Gesundheitspersonal
- Kein Sponsoring von Veranstaltungen des Gesundheitspersonal und wissenschaftlichen Veranstaltungen

### Wann agiert der DHV WHO-Kodex-konform?

- Keine Annahme von kostenlosen Produkten, Proben oder Vergünstigungen von Firmen, die Muttermilchersatznahrung, Nahrungsmittel und Getränke für Säuglinge und Kleinkinder herstellen (ausgenommen: offiziell geförderte Gesundheitsprogramme und nicht sichtbarer Firmenname)
- Keine Annahme von Ausstattung oder Dienstleistungen
- Keine Annahme von Geschenken oder anderen Anreizen
- Gesundheitseinrichtungen dürfen für kommerzielle Veranstaltungen, Wettbewerbe und Kampagnen nicht genutzt werden
- Angehörige des Gesundheitssystems dürfen keine Geschenke oder Coupons von Firmen, die Muttermilchersatznahrung sowie Nahrungsmittel und Getränke für Kinder unter drei Jahren herstellen, an Familien verteilen/auslegen
- Keine direkte oder indirekte Schulung von Eltern in Gesundheitseinrichtungen durch genannte Firmen
- Kein Sponsoring von Veranstaltungen des Gesundheitspersonals oder von wissenschaftlichen Veranstaltungen

### Verhaltenskodex / Code of Conduct für Kooperationspartner des DHV

Der DHV selektiert im Rahmen seiner Arbeit mögliche Partner\*innen für eine Zusammenarbeit im Rahmen von Kooperationen oder Sponsoring. In diesem Verhaltenskodex für Kooperationspartner\*innen legt der DHV die Anforderungen fest, die von allen Kooperationspartner\*innen zu erfüllen sind. Es wird dabei erwartet, dass auch die Unterlieferant\*innen diese Anforderungen erfüllen. Dieser Verhaltenskodex stellt die Grundvoraussetzung jeder Zusammenarbeit dar.

Die Zusammenarbeit zwischen dem DHV und seinen Kooperationspartner\*innen gründet sich auf eine Kultur des gegenseitigen Vertrauens und Respekts, der Offenheit, der Ausgewogenheit wechselseitiger Interessen und der Chancengleichheit. Beide Parteien sind sich darin einig, dass die

Wahrung der hier dargelegten Sozial- und Umweltstandards die Grundlage für eine gemeinsame, langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit bildet.

Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen und die Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie die jeweiligen nationalen gesetzlichen Bestimmungen und behördlichen Anforderungen sind zu beachten und heranzuziehen, um den folgenden Prinzipien Nachdruck zu verleihen.

Ein Verstoß gegen diesen Verhaltenskodex kann für den DHV Grund und Anlass sein, die Geschäftsbeziehung einschließlich aller zugehörigen Lieferverträge zu beenden.

## Korruption

Im Rahmen der Kooperation werden Korruption oder Korruptionsversuche jeglicher Art, einschließlich Erpressung und Bestechung sowie sonstige gesetzwidrige Praktiken nicht geduldet.

Lieferant\*innen dürfen weder direkt noch indirekt Bestechungsgelder oder andere ungerechtfertigte Zuwendungen anbieten, versprechen, zusagen oder fordern, um sich einen Auftrag oder einen anderen unlauteren Vorteil zu verschaffen oder diesen aufrecht zu halten. Ebenso wenig dürfen Bestechungsgelder oder andere ungerechtfertigte Zuwendungen von Lieferant\*innen verlangt oder erwartet werden.

## Ausschluss von Zwangsarbeit und Disziplinarmaßnahmen

Die Leistungen der Arbeitnehmer\*innen müssen freiwillig erbracht werden. Insbesondere ist jede Form der Zwangsarbeit verboten. Die Mitarbeiter\*innen werden keinerlei körperlichen Züchtigungen oder anderweitigen körperlichen, sexuellen, psychischen oder verbalen Belästigungen oder Missbrauchshandlungen ausgesetzt.

## Verbot der Kinderarbeit

Die Ausbeutung von Kindern unter 15 Jahren und deren Beschäftigung (Kinderarbeit) sind verboten. Sofern nationale Bestimmungen ein höheres Alter vorschreiben, ist dieses maßgeblich. Die Rechte junger Arbeitnehmer\*innen sind zu schützen. Wenn Kinder bei der Arbeit angetroffen werden, haben die Lieferant\*innen die Maßnahmen zu dokumentieren, die zu ergreifen sind, um Abhilfe zu schaffen und den Kindern den Besuch einer Schule zu ermöglichen.

## Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Die Arbeitgeber\*innen haben die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz zu gewährleisten. Regelungen und Verfahren zur Sicherstellung der Gesundheit und Sicherheit sind einzuführen und den Arbeitnehmer\*innen zur Kenntnis zu bringen, um Unfälle und Verletzungen während der Arbeit zu verhindern. Alle maßgeblichen Bestimmungen über die Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz müssen eingehalten werden.



## Rechte der Arbeitnehmer\*innen

Arbeitszeiten müssen den jeweils geltenden nationalen Bestimmungen und industriellen Standards entsprechen. Die jeweils strengste Bestimmung ist anzuwenden. Die wöchentliche Arbeitszeit darf 48 Stunden nicht regelmäßig überschreiten. Überstunden dürfen zwölf Stunden pro Woche nicht übersteigen. Alle Arbeitnehmer\*innen haben nach sechs aufeinanderfolgenden Arbeitstagen das Recht auf mindestens einen freien Tag.

Das Entgelt für reguläre Arbeitsstunden und Überstunden muss dem gesetzlichen Minimum oder den industriellen Mindeststandards entsprechen, je nachdem, welcher Betrag höher ist. Das Entgelt für Überstunden muss im Einklang mit den gesetzlichen Vorschriften oder den industriellen Standards stehen. Gesetzliche Mindestlöhne sind zu beachten. Soweit diese nicht ausreichen, die Kosten des Lebensunterhalts zu decken, ist der Geschäftspartner verpflichtet, ein Entgelt zu zahlen, das die Grundbedürfnisse deckt. Nicht genehmigte Entgeltkürzungen sowie Lohnabzüge als Disziplinarmaßnahme sind verboten. Den Arbeitnehmer\*innen sind alle gesetzlich vorgeschriebenen Leistungen zu gewähren. Die Kooperationspartner\*innen haben sicherzustellen, dass die Arbeitnehmer\*innen detaillierte und regelmäßige schriftliche Informationen über die Zusammensetzung ihres Entgelts erhalten. Das Entgelt ist in Übereinstimmung mit allen anzuwendenden Bestimmungen sowie in einer für die Arbeitnehmer\*innen geeigneten Weise zu zahlen.

## Vereinigungsfreiheit und das Recht zu Kollektivverhandlungen

Das Recht der Arbeitnehmer\*innen, Organisationen ihrer Wahl zu gründen, ihnen beizutreten und Kollektivverhandlungen zu führen, ist zu respektieren. In Fällen, in denen die Vereinigungsfreiheit und das Recht zu Kollektivverhandlungen gesetzlich eingeschränkt sind, sind alternative Möglichkeiten eines unabhängigen und freien Zusammenschlusses der Arbeitnehmer\*innen zum Zweck von Kollektivverhandlungen einzuräumen. Arbeitnehmervertreter\*innen sind vor Diskriminierung zu schützen. Ihnen ist freier Zugang zu den Arbeitsplätzen ihrer Kolleg\*innen zu gewähren, um sicherzustellen, dass sie ihre Rechte in gesetzmäßiger Weise wahrnehmen können.

## Diskriminierung

Alle Arbeitnehmer\*innen haben das Recht auf Gleichbehandlung und Chancengleichheit. Jegliche Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Alter, Religion, Weltanschauung, Rasse, Gesellschaftsklasse, sozialem Hintergrund, Behinderung, ethnischer und nationaler Herkunft, Nationalität, Mitgliedschaft in Arbeitnehmerorganisationen einschließlich Gewerkschaften, politischer Einstellung, sexueller Orientierung oder sonstiger persönlicher Merkmale, zum Beispiel im Hinblick auf Beschäftigung, Arbeitsentgelt, Zugang zu weiterbildenden Maßnahmen, Beförderung, Beendigung des Arbeitsverhältnisses oder Pensionierung, ist unzulässig.

## Umweltschutz

Die Verantwortung für den Schutz menschlichen Lebens und der Umwelt ist durch vorbeugende Maßnahmen und die Anwendung umweltfreundlicher Verfahren sicherzustellen. Das Umweltbewusstsein ist zu fördern. Verfahren und Standards für Ressourcenverwaltung, Emissionsverringerung und Abfallmanagement müssen den gesetzlichen Mindestanforderungen entsprechen oder über sie hinausgehen und sind kontinuierlich zu verbessern.

## Management Approach

Die in diesem Verhaltenskodex definierten sozialen Standards sind von der Geschäftsführung der Kooperationspartner\*innen und Lieferant\*innen anzuerkennen und in die Unternehmenspolitik zu integrieren. Die Arbeitnehmer\*innen sind über den Inhalt dieses Kodex und/oder alle sie betreffenden gesetzlichen Vorschriften in einer für sie zugänglichen Weise zu informieren. Die sich aus diesem Kodex oder aus nationalen und internationalen Bestimmungen ergebenden Pflichten dürfen nicht durch irgendwelche Maßnahmen umgangen werden. Lieferant\*innen haben geeignete Aufzeichnungen zu führen, um die Einhaltung dieses Kodex und nationaler/internationaler Bestimmungen nachzuweisen. Die Kooperationspartner\*innen erklären sich damit einverstanden, dass der DHV die Einhaltung dieses Kodex durch Maßnahmen überprüfen darf, die der DHV für sachdienlich hält. Hierzu können auch angemeldete und unangemeldete Inspektionen der Betriebsstätten der Lieferanten\*innen durch vom DHV beauftragte Personen gehören.