



Ich werde  
 mein Baby stillen  
 – du auch?

Stillen –  
 was sonst?

Stephanie Lücke<sup>1</sup> · Maria Flothkötter<sup>2</sup> · Sonja Floto-Stammen<sup>3</sup>

## „Stillen – was sonst?“

Ergebnisse einer Befragung zu einem neuen Stillflyer-Konzept

Auch wenn in Deutschland die Zahl stillender Mütter in den letzten Jahren insgesamt gestiegen ist, so ist innerhalb der ersten zwei Monate ein deutlicher Abfall der Stillrate zu beobachten. Vor allem Jüngere und Mütter mit niedriger formaler Bildung stillen vergleichsweise seltener und kürzer. Da die bestehenden Informationsmedien zum Thema Stillen diese Gruppen noch nicht ausreichend ansprechen, hat das Netzwerk „Gesund ins Leben“ einen Wendeflyer entwickelt, der sich an werdende Eltern richtet, und nicht nur Frauen, sondern auch deren Partner frühzeitig rund um das Stillen informiert. Die Akzeptanz des Wendeflyers wurde in einer standardisierten Face-to-Face-Befragung mit 41 werdenden Müttern und 25 werdenden Vätern evaluiert.

### Einflussfaktoren auf das Stillverhalten

In Deutschland lässt sich über die vergangenen dreißig Jahre ein positiver Trend in der Entwicklung von Stillhäufigkeit und -dauer beobachten (Lange et al. 2007). Doch die direkt nach der Geburt hohe Stillrate von über 90 Prozent sinkt bereits innerhalb der ersten zwei Monate deutlich. Auch das von Experten empfohlene ausschließliche vier- bis sechsmonatige Stillen ist noch lange nicht selbstverständlich (Lange et al. 2007, 629ff.; Kohlhuber et al., 2007; Weissenborn 2009, 170f.).

<sup>1</sup> Netzwerk Medien und Gesundheitskommunikation;

<sup>2</sup> aid infodienst, Geschäftsstelle „Gesund ins Leben“; <sup>3</sup> food und fakten GbR

Studien, die seit Mitte der 1990er-Jahre in Deutschland durchgeführt wurden, haben die folgenden Einflussfaktoren auf das Stillverhalten identifiziert:

Positive Einflussfaktoren auf den Stillbeginn

- Stillabsicht (Schneider 2008, 65; Dulon, Kersting 2000, 88)
- Alter der Mutter über 25 Jahre (Dulon, Kersting 2000, 88; Lange et al. 2007, 628)
- höhere Schulbildung der Mutter (Kohlhuber et al. 2008, 1129; Lange et al. 2007, 628)
- Nichtrauchen der (werdenden) Mutter (Lange et al. 2007, 626ff.)
- Unterstützung durch Fachpersonal in den ersten Tagen post partum (vgl. Dulon, Kersting 2000, 93)
- Unterstützung durch den Partner und die Familie (dort v. a. Mutter der Mutter; Rasenack et al. 2012; Kohlhuber et al. 2008, 1129; Dulon, Kersting 2000, 88).

Positive Einflussfaktoren auf die Stilldauer

- Stillabsicht (Rasenack et al. 2012, 67; Weißenborn 2009, 171)
- Alter der Mutter über 25 Jahre (Rasenack et al. 2012, 66; Kohlhuber et al. 2008, 1130; Dulon, Kersting 2000, 88; Lange et al. 2007, 629; Weißenborn 2009, 171)
- höhere Schulbildung der Mutter (Rasenack et al. 2012, 66; Kohlhuber et al. 2008, 1130; Dulon, Kersting 2000, 88; Lange et al. 2007, 629; Weißenborn 2009, 171)
- Keine/weniger Stillprobleme (Rasenack et al. 2012, 67; Kohlhuber et al. 2008, 1130; Dulon, Kersting 2000, 88)
- Nichtrauchen der Mutter (Kohlhuber u. a. 2008, 1130; Lange et al. 2007, 629)
- Unterstützung durch den Partner und die Familie (v. a. Mutter der Mutter; Rasenack et al. 2012, 67; Kohlhuber et al. 2008, 1129; Schneider 2008, 66; Wöckel, Abou-Dakn 2009, 645; Weißenborn 2009, 171).

Aus den genannten Einflussfaktoren lassen sich wichtige Anhaltspunkte für die Stillförderung ableiten: So ist es hilfreich, wenn das medizinische Fachpersonal nach der Geburt den Stillstart fachkundig und einfühlsam unterstützt. Doch mindestens ebenso wichtig ist es, dass sich die Frauen selbst schon frühzeitig in der Schwangerschaft mit dem Thema Stillen auseinandersetzen und unter anderem auch stärker von Frauenärzten in der Entscheidung für das Stillen unterstützt werden. In den Entscheidungsprozess sollten auch das soziale und das familiäre Umfeld, aber vor allem der Partner einbezogen werden, da sein Einfluss auf den Stillerfolg hoch ist (Kohlhuber et al. 2008, 1129; Weißenborn 2009, 171). Großes Potenzial zur Verbesserung des Stillverhaltens besteht bei Frauen unter 25 Jahren und bei Frauen mit niedrigerem formalem Bildungsstand, die vergleichsweise seltener und kürzer stillen als der Durchschnitt (z. B. Lange et al. 2007). Ein niedriger Sozialstatus gilt als Risikofaktor für eine Vielzahl an Erkrankungen ([www.gesundheitliche-chancengleichheit.de](http://www.gesundheitliche-chancengleichheit.de)), sodass Frauen mit niedrigerem Bildungsstand und ihre Kinder beson-

ders von der Erhöhung von Stillquote und -dauer profitieren würden.

Auch wenn diverse öffentliche Institutionen und Verbände Informationsmedien zum Stillen anbieten, richtet sich bisher keines davon explizit an die Zielgruppe mit dem höchsten Informations- und Motivationsbedarf. Das Netzwerk „Gesund ins Leben“, ein Projekt von INFORM und ein Zusammenschluss aller relevanten Fachgesellschaften und -institutionen, die für junge Familien in Deutschland klare und praxisnahe Handlungsempfehlungen für die Ernährung von Säuglingen und Kleinkindern erarbeiten, möchte diese Lücke schließen. Zu diesem Zweck wurde ein Wendeflyer konzipiert, der werdende Mütter und ihre Partner jeweils durch separate Ansprache für das Thema Stillen sensibilisieren soll.

## Idee und Konzept des Wendeflyers

Der vom Netzwerk „Gesund ins Leben“ entwickelte Wendeflyer „Stillen – was sonst?“ möchte sowohl inhaltlich als auch in Form und Gestaltung die Zielgruppe der jungen Erwachsenen ansprechen. Zugleich wendet er sich nicht nur an die werdende Mutter, sondern auch direkt an ihren Partner.

Der Flyer enthält jeweils mehrere geschlechtsspezifisch aufbereitete Doppelseiten: Frauen finden neben allgemeinen Informationen rund um das Thema Stillen und Muttermilch Hinweise auf die vielfältigen Vorteile des Stillens und auf verbreitete Vorurteile sowie zum Umgang mit potenziellen Stillhindernissen (z. B. Wiedereinstieg in Erwerbsarbeit, Stillprobleme). Relevante Informationen für Männer finden sich, wenn man den Flyer auf den Kopf stellt und von hinten aufblättert (vgl. pdf-Dokument zum Download auf [www.gesundinsleben.de/fuer-familien/erstes-lebensjahr/stillen/](http://www.gesundinsleben.de/fuer-familien/erstes-lebensjahr/stillen/)).

## Gestaltung und Inhalt

- Werdende Mütter und Väter haben jeweils ihre eigenen Seiten, die das Thema Stillen aus der jeweils persönlichen Perspektive betrachten.
- Das Layout setzt starke Farben und auffällige Stilmittel ein.
- Großformatige Bilder zeigen junge Erwachsene, teils (werdende) Eltern und Mütter mit Babys, die Spaß beim Stillen vermitteln.
- Die Texte sind kurz, leicht verständlich und umgangssprachlich formuliert.
- Vermittelt werden bekannte und weniger bekannte Fakten zur Muttermilch und zum Stillen sowie die Bedeutung des Stillens für die Mutter, das Baby und den Vater.
- Auf Stillanleitungen und Rat zu medizinischen Problemen wird bewusst verzichtet und stattdessen auf weitere Informationsquellen verwiesen.

Der Wendeflyer hebt die Vorteile des Stillens hervor, zum Beispiel, dass Stillen Glückshormone ausschüttet, beim Abnehmen hilft, die Bindung von Mutter und Kind

Tabelle 1: Soziodemografische Verteilung der Stichprobe

|                   | Frauen (n = 41)   | Männer (n = 25)  |
|-------------------|---|--|
| Alter*            | 16–41 Jahre   | 20–53 Jahre  |
|                   | Ø 27,5 Jahre  | Ø 31,1 Jahre   |
|                   | Jüngere (bis 25 Jahre): 17                                    | Jüngere (bis 30 Jahre): 11                                   |
|                   | Ältere (ab 26 Jahre): 21                                      | Ältere (ab 31 Jahre): 11                                     |
| Bildungsstand**   | Niedriger formaler Bildungsstand (bis Realschulabschluss): 18 | Niedriger formaler Bildungsstand (bis Realschulabschluss): 9 |
|                   | Höherer formaler Bildungsstand (ab Fachhochschulreife): 21    | Höherer formaler Bildungsstand (ab Fachhochschulreife): 14   |
|                   |   |  |
|                   |   |  |
| Fester Partner*** | Ja: 31  |  |
|                   | Nein: 8   |  |

\* 3 Frauen und 3 Männer machten keine Angabe zu ihrem Alter.  
 \*\* 2 Frauen und 2 Männer machten keine Angabe zu ihrem Bildungsstand.  
 \*\*\* 2 Frauen machten keine Angabe zu ihrem Partnerschaftsstatus. Bei den Männern wurde dieser nicht erfasst.

fördert, kostenlos und praktisch ist, das Risiko des plötzlichen Kindstodes reduziert und das Immunsystem des Kindes stärkt. Er geht aber auch auf praktische Fragen und mögliche Bedenken ein. So gibt er beispielsweise kurze und griffige Antworten auf die Fragen „Woher weiß ich, dass mein Baby genug Milch bekommt?“, „Wie soll ich stillen, wenn ich wieder arbeiten gehe?“, „Macht Sex weniger Spaß, wenn man stillt?“, „Kriegt man vom Stillen Hängebrüste?“. Damit versucht der Flyer Bedenken, die viele Frauen und ihre Partner im Prozess der Entscheidung für oder gegen das Stillen äußern, zu adressieren und zu entkräften (vgl. *Archabald et al. 2011, 3ff.; Kohlhuber et al. 2008, 1129; Wöckel, Abou-Dakn 2009*). Außerdem zeigt er Möglichkeiten zur Überwindung von häufig beobachteten Stillhindernissen auf.

## Evaluation: Ziel und Methode

Ziel der hier vorgestellten Befragung war es, das Konzept des Wendeflyers bei der Zielgruppe zu testen. Werdende Eltern wurden dazu befragt, wie ihnen der Flyer

gefällt und ob die Informationen für sie verständlich und von Interesse sind. Dabei ging es um die inhaltliche und sprachliche, aber auch die grafische Umsetzung (Farben, Bilder und Gestaltung).

Dafür wurde für Frauen und für Männer jeweils ein separater Fragebogen mit offenen und geschlossenen Fragen entwickelt und in zwei Pretests optimiert. Anschließend gingen beide Fragebögen zusammen mit dem zu testenden Wendeflyer an Hebammen und andere Anlaufstellen für Schwangere mit der Bitte, ihn gemeinsam mit den Schwangeren und gegebenenfalls deren Partnern auszufüllen.

Da die Titelseite eines schriftlichen Informationsmediums entscheidend für dessen Erfolg ist, war ein wichtiger Aspekt der Evaluation die Frage, ob die Titelseite „Stillen – was sonst?“ (S. 206 in dieser Ausgabe) das Interesse von Schwangeren weckt, weiterzulesen.

Außerdem wurden alle Interviewpartnerinnen zu Beginn der Befragung und nach der Auseinandersetzung mit dem Flyer nach ihrer Stillabsicht gefragt. Auf diese Art lässt sich überprüfen, ob die Informationen aus dem Flyer bei den Frauen zu einer neuen Einstellung zum Stillen geführt haben. Auch die werdenden Väter sollten abschließend angeben, ob die Informationen ihre Einstellung zum Stillen verändert haben.

## Ergebnisse

Insgesamt wurden 41 Fragebögen von Frauen sowie 25 Fragebögen von Männern ausgefüllt und ausgewertet, dabei jeweils etwa zur Hälfte von Jüngeren und Älteren sowie zur Hälfte von Personen mit niedrigem oder höherem formalem Bildungsstand (**Tab. 1**).

### ■ Fragebogen für Frauen

29 von 41 schwangeren Frauen hatten zum Zeitpunkt der Befragung eine Stillabsicht, drei wollten nicht stillen, neun weitere wussten es noch nicht. Jüngere Frauen mit geringerer formaler Bildung waren in dieser Frage tendenziell unentschlossener.

**Muttermilch – immer passend!**

Muttermilch ist echt ein kleines Wunder und dann auch noch immer genau passend – ganz gleich ob das Baby

- 1 Tag oder 1 Jahr alt ist,
- dick oder dünn ist,
- eher durstig oder hungrig ist,
- zu früh oder zur richtigen Zeit geboren wurde,
- gut gelaunt ist oder Trost braucht,
- häufig oder selten Stuhlgang hat,
- eher verträumt oder immer in Bewegung ist.

Da ist ja jeder Tropfen wertvoll.

**Muttermilch hat viel zu bieten. Sie wird geliefert ...**

**... als 2-Gänge-Menü**  
 Beim Stillen gibts eine Vorspeise zum Durstlöchen und eine Hauptspeise zum Sattwerden. Wie das gehen soll? Ganz einfach, zuerst ist die Milch dünnflüssig und nach einiger Zeit wird sie von Schluck zu Schluck fetter und dickflüssiger – Zeit zum Sattwerden.

**... mit Abwehrkräfte-Schutzkomplex**  
 In der Muttermilch sind genau die Schutzstoffe, die das Baby vor Keimen der Umgebung und damit vor Durchfall und Mittelohrentzündungen schützen. Außerdem wird ein Abwehrsystem aufgebaut, das Kinder dauerhaft vor Krankheiten schützt.

**... mit Anti-Allergie-Programm**  
 Das wird immer wichtiger, denn Allergien nehmen zu. Die Muttermilch enthält winzige Bestandteile aus dem Essen der Mutter. Sie schützen das Baby davor, später eine Allergie zu entwickeln.

**... mit Stärkung für den Babydarm**  
 In der Muttermilch sind Millionen von wertvollen Bifidobakterien enthalten, die den Babydarm besiedeln und schützen. Außerdem liefert die Milch auch gleich das passende Futter für die Darmbakterien, so dass sich schnell eine dicke Schutzschicht bilden kann.

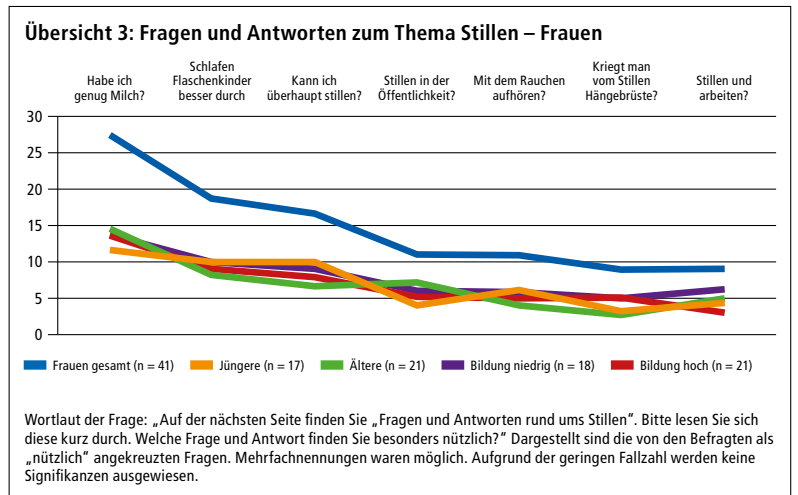
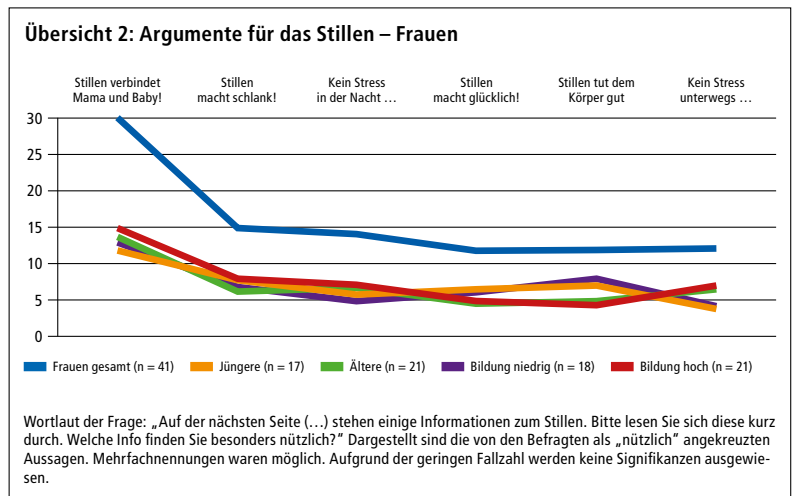
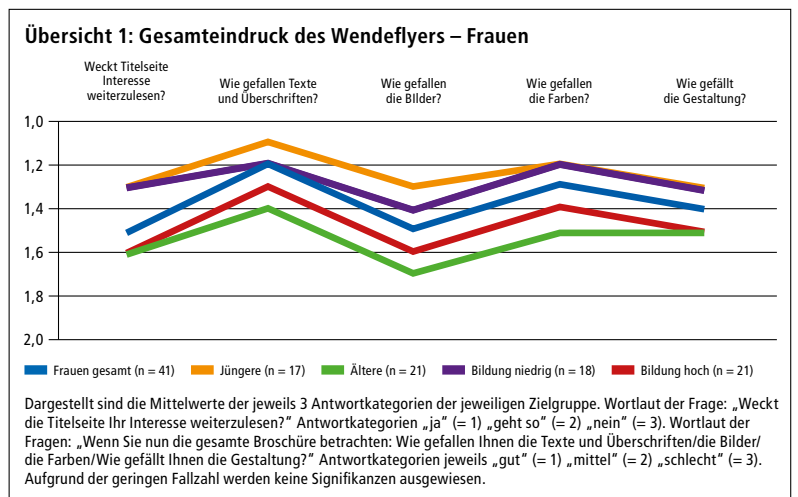


Zunächst wurden die Schwangeren gefragt, ob die Titelseite „Stillen – was sonst?“ (S. 206 in dieser Ausgabe) das Interesse von Schwangeren weckt weiterzulesen. Der aus den drei Antwortkategorien („ja“ = 1; „geht so“ = 2; „nein“ = 3; **Übersicht 1**) gebildete Mittelwert von 1,5 deutet darauf hin, dass die Titelseite die befragten 41 Frauen durchaus positiv ansprach; die 17 jüngeren bewerten sie im Durchschnitt leicht positiver als die Älteren, ebenso die Frauen mit niedriger formaler Bildung im Vergleich zu höherem Bildungsstand (Mittelwert jeweils 1,3 versus 1,6).

Inhalt und Gestaltungselemente des Wendeflyers waren ebenfalls mit drei Antwortkategorien zu bewerten („gut“ = 1; „mittel“ = 2; „schlecht“ = 3). Auch sie schnitten gut ab: Texte inklusive Überschriften erhielten den Durchschnittswert 1,2; die ausgewählten Bilder, Farben und die Gestaltung Mittelwerte zwischen 1,3 und 1,5 (**Übersicht 1**). Im Urteil der jüngeren Schwangeren schnitten die Inhalte und alle Gestaltungselemente etwas besser ab als bei den älteren Schwangeren, ebenso bei den formal niedriger Gebildeten im Vergleich zu den höher Gebildeten.

Der Titelseite folgen fünf an Frauen gerichtete Doppelseiten mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten rund ums Stillen und die Muttermilch. Die Interviewpartnerinnen sollten über alle sechs Seiten jeweils einzeln urteilen, wie ihnen diese gefallen („gut“ = 1; „mittel“ = 2; „schlecht“ = 3). Die Mittelwerte aller Seiten lagen zwischen 1,2 und 1,5 (ohne Grafik) und damit ebenfalls sehr positiv. Die jüngeren Befragten bewerteten fünf der sechs Seiten jeweils etwas positiver als die älteren, die Interviewpartnerinnen mit niedriger formaler Bildung bewerteten vier der sechs Seiten positiver als die mit höherem Bildungsstand.

Zu jeder Doppelseite sollten die Befragten angeben, für wie nützlich sie die dort vermittelten Informationen halten. Eine Doppelseite zeigt sechs Argumente für das Stillen auf und begründet diese jeweils kurz. Aus **Übersicht 2** geht hervor, dass das Argument „Stillen verbindet Mama und Baby!“ mit Abstand als das wichtigste Argument „pro Stillen“ gilt, und zwar über Alters- und Bildungsgrenzen hinweg – 30 der 41 Befragten empfanden diese Information als nützlich. Alle anderen Argumente schätzten die Frauen zwar als deutlich weniger relevant ein, sie erschienen aber dennoch nicht unwichtig (jeweils 12 bis 15 Bewertungen als „nützlich“). Das Argument „Stillen tut dem Körper gut!“ scheint Jüngere und Frauen mit niedrigerem Bildungsstand etwas stärker anzusprechen als Ältere und Frauen mit höherem Bildungsstand. Auf einer anderen Doppelseite sind sieben Fragen und Antworten rund ums Stillen zusammengestellt (**Übersicht 3**). Mit Abstand am nützlichsten erschien den Frauen die Antwort auf die Frage, ob das Baby beim Stillen genug Milch bekommt; 28 Schwangere kreuzten diese Frage an. Auch die Fragen, ob Flaschenkinder besser durchschlafen (19) und ob man überhaupt stillen kann (17), empfanden knapp die Hälfte der Frauen als wichtig. Immerhin ein Viertel der Schwangeren kreuzte auch die übrigen Fragen und Antworten an. Mehr Jüngere als Ältere interessierten sich dafür, ob sie überhaupt stillen



können, und mehr Frauen mit niedriger formaler Bildung fanden die Frage nützlich, wie sich Stillen und Arbeiten vereinbaren lässt.

**■ Fragebogen für Männer**

Auch die 25 befragten werdenden Väter sollten angeben, wie sehr sie die an Männer gerichtete Titelseite des Wendeflyers „Babys an den Busen“ (**Abb. 1**) zum Weiterlesen animiert hat. Der aus den drei Antwortmöglichkeiten („ja“ = 1; „geht so“ = 2; „nein“ = 3; **Übersicht 4**)

gebildete Mittelwert 1,3 deutet darauf hin, dass die Titelseite gut geeignet ist, werdende Väter anzusprechen. Die jüngeren Männer bewerteten sie im Durchschnitt positiver als die Älteren (Mittelwert 1,1 versus 1,5), beim formalen Bildungsstand zeigten sich keine Unterschiede. Insgesamt fiel das Urteil der Männer sogar noch positiver aus als das der befragten Frauen (**Übersicht 1**). Ebenso wie die Schwangeren sollten ihre Partner den Inhalt und die eingesetzten Gestaltungselemente des Flyers mit drei Antwortkategorien bewerten („gut“ = 1; „mittel“ = 2; „schlecht“ = 3). Texte inklusive Überschriften erhielten den Durchschnittswert 1,5; die ausgewählten Bilder, Farben und die Gestaltung Mittelwerte zwischen 1,3 und 1,6 (**Übersicht 4**). Im Urteil der jüngeren Männer schnitten die Inhalte und Gestaltungselemente besser ab als bei den älteren Männern, ebenso – noch deutlicher – bei den Männern mit niedrigem Bildungsstand im Vergleich zu den höher gebildeten werdenden Vätern.

Der Männer-Titelseite folgen drei Doppelseiten mit Ansichten und Fakten rund ums Stillen und Muttermilch aus männlicher Perspektive. Die Interviewpartner sollten zu allen vier Seiten angeben, wie ihnen diese jeweils gefallen („gut“ = 1; „mittel“ = 2; „schlecht“ = 3). Die Mittelwerte aller Seiten lagen zwischen 1,3 und 1,7 (ohne Grafik) und damit ebenfalls sehr positiv. Drei der vier Seiten bewerteten die jüngeren Befragten positiver als die älteren (mit Ausnahme der Titelseite); die werdenden Väter mit niedrigem formalen Bildungsstand gaben allen vier Seiten bessere Noten als diejenigen mit höherem formalen Bildungsstand. Die Mittelwerte der Männerseiten lagen nur leicht unterhalb der Bewertungen der Frauen-Seiten (1,2–1,5; **Übersicht 2**).

Auf einer Doppelseite sind sechs Fakten rund um die Muttermilch zusammengestellt (**Übersicht 5**). Mehr Männer hielten solche Argumente für überzeugend, die auf die Inhaltsstoffe und positiven Eigenschaften der Muttermilch abzielen. Aspekte wie die Kosten oder die praktische Anwendung galten als weniger relevant.

Auf der folgenden Doppelseite stehen Argumente, war-

um Stillen für das Baby, die Mutter und den Vater sinnvoll ist (**Übersicht 6**). Die Argumente für das Baby kreuzten die meisten Männer als nützlich an, dicht gefolgt von den Argumenten für die Mutter und den Vater (16x, 14x, 13x). Die werdenden Väter empfanden also die Informationen für alle drei Gruppen als nützlich.

## Diskussion

Ziel der Evaluation des Wendeflyers „Stillen – was sonst?“ war es, das Konzept eines neuartigen Stillflyers bei der Kernzielgruppe – jüngeren werdenden Eltern mit niedrigerer formaler Bildung –, gleichzeitig aber auch bei älteren und formal höher gebildeten werdenden Eltern zu erheben. Die Evaluation hat aufgrund der geringen Fallzahl (41 Schwangere, 25 Partner) nur begrenzte Aussagekraft. Doch da die Bewertung des Flyers sowohl bei der primären Zielgruppe (Jüngere, niedriger formaler Bildungsstand) als auch bei anderen werdenden Eltern (Ältere, höherer formaler Bildungsstand) eindeutig positiv ausfiel, ist eine wichtige Voraussetzung erfüllt, dass das gewählte unterhaltsame Konzept (ansprechende Bilder, auffällige Farben, kurze, prägnante, verständliche Texte über die wichtigsten Fakten und Fragen zu Muttermilch und Stillen) sowie das Medium „Wendeflyer“ selbst auch bei einer sehr viel größeren Zahl werdender Eltern ankommen. Wie hoch die Akzeptanz des Flyers in der alltäglichen Praxis tatsächlich ist, soll eine weitere Studie mit einer größeren Stichprobe untersuchen. Die Titelseite eines schriftlichen Informationsmediums ist entscheidend für dessen Erfolg. Nur wenn sie neugierig macht, hat der Inhalt überhaupt eine Chance, beachtet zu werden. Den meisten Frauen und auch den meisten Männern gefielen die Titelseite, der Flyer insgesamt und auch die jeweils für sie gedachten Doppelseiten gut. Die Bewertungen der Jüngeren und derjenigen mit niedrigerer formaler Bildung – der Kernzielgruppe – sind dabei fast durchgängig leicht besser als die der Älteren und höher Gebildeten. Auch aus den offenen Fragen

**STILLEN – Pole Position für das Baby!**

Stillen ist ein Rundum-Schutzpaket, mit dem der Start richtig gut klappt, denn ...

- Stillen führt dazu, dass der Plötzliche Kindstod deutlich seltener auftritt!
- Stillen fördert die Entwicklung von Körper, Geist und Seele!
- Gestillte Babys sind stark gegen Umwelteinflüsse.
- Stillen gibt die Sicherheit, dem Baby immer das Beste zu geben.

**STILLEN – 3 zu 0 für die Mutter, denn ...**

1. Stillen macht schlank – aus den Fettpolsterchen der Schwangerschaft entsteht die Milch.
2. Stillen macht gute Laune – dafür sorgen die Stillhormone.
3. Stillen schützt – durchs Stillen gibt es zum Beispiel weniger Brustkrebs.

**Was Väter sonst noch wissen wollen ...**

- Brüste sind fürs Stillen gemacht – anfangs sind sie prall und sehen mit der Zeit wieder genauso aus wie vorher.
- In den ersten Wochen kann der Busen oft noch sehr empfindlich sein – aber keine Sorge, das gibt sich mit der Zeit.
- Stillen schützt leider nicht vorm Schwangerwerden. Aber es gibt Anti-Baby-Pillen und andere Verhütungsmittel, die sich gut mit dem Stillen vertragen.
- Wann der Sex nach der Geburt wieder Spaß macht, ist sehr unterschiedlich und hängt sicher nicht vom Stillen ab.
- Geduld und Unterstützung – das ist sehr wichtig, denn das Stillen ist erstmal ungewohnt und Anfangsschwierigkeiten sind normal.

des Fragebogens, die hier nicht dargestellt sind, geht die positive Bewertung des Flyers hervor. Gleichzeitig konnten einige Verbesserungsvorschläge in die Druckvorlage des Flyers einfließen.

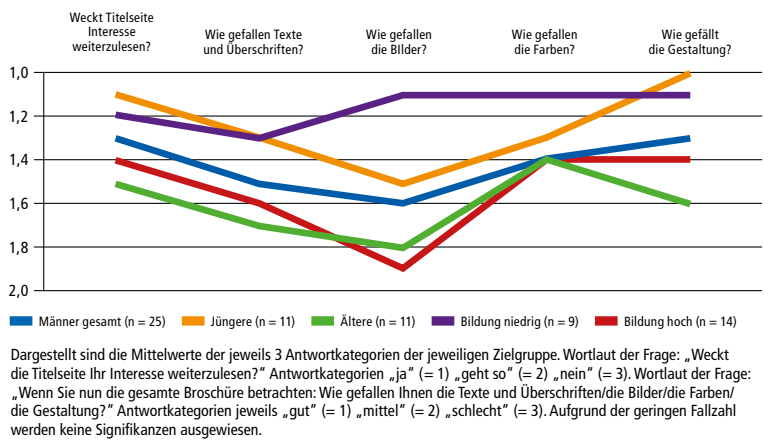
Die Evaluation gibt Hinweise darauf, welche Argumente für das Stillen die Zielgruppe als besonders nützlich empfindet. So schätzt es die Mehrheit der Frauen zu hören, dass Stillen die Mutter-Kind-Bindung fördert – viele erfahren aber auch gern, dass Stillen schlank macht und Stress in der Nacht verringert. Eine ebenfalls sehr nützliche Information ist, ob die Frauen genug Milch für ihr Kind haben werden und ob Flaschenkinder schneller durchschlafen. Werdende Väter interessiert, dass Muttermilch natürlich, frisch und aufs Baby abgestimmt ist. Weniger Bedeutung hat, dass sie kostenlos und praktisch ist. Bemerkenswert fanden mehrere Männer, dass Stillen die Gefahr des plötzlichen Kindstods reduziert. Um das Thema Stillen bei möglichst vielen Paaren schon während der Schwangerschaft stärker ins Bewusstsein zu rücken, sollte der Flyer an möglichst vielen potenziellen Anlaufstellen aktiv angeboten und bei Beratungsgesprächen genutzt werden (z. B. bei Frauenärzten während der Vorsorgetermine, bei Hebammen während der Geburtsvorbereitungskurse, in Schwangerenberatungsstellen, auf Geburtshilfestationen während der Informationsveranstaltungen und in der Anmeldung, ggf. auch in Babyausstattungs- und Umstandsmode-Geschäften, Schwangerensportgruppen oder in Cafés, die Schwangere und junge Eltern stark frequentieren – „Schneeball-Effekt“).

Der Flyer bietet bereits mehrere Internetadressen, die Anschlusskommunikation ermöglichen (z. B. Unterstützung bei der Hebammsuche, Tipps zu Stillen und Stillberaterinnen). Diese ließen sich künftig noch um weitere Wege der Anschlusskommunikation ergänzen, beispielsweise „Erste Hilfe“-Telefon-Hotlines fürs Stillen oder (ggf. von Experten moderierte) Diskussionsforen, in denen sich junge Mütter oder Väter austauschen können. Auch können künftig stärkere Bemühungen sinnvoll sein, das Stillen durch „Testimonials“ stärker in andere mediale Unterhaltungsangebote zu integrieren (z. B. stillende Schauspielerinnen in Serien, Soaps und Filmen; stillende Prominente in Frauenzeitschriften), um das Stillen als gesellschaftlich normal, erwünscht und erstrebenswert darzustellen (Ansatz der Entertainment Education; einführend *Lubjuhn, Bouman 2009; Seibt 2006, 87*).

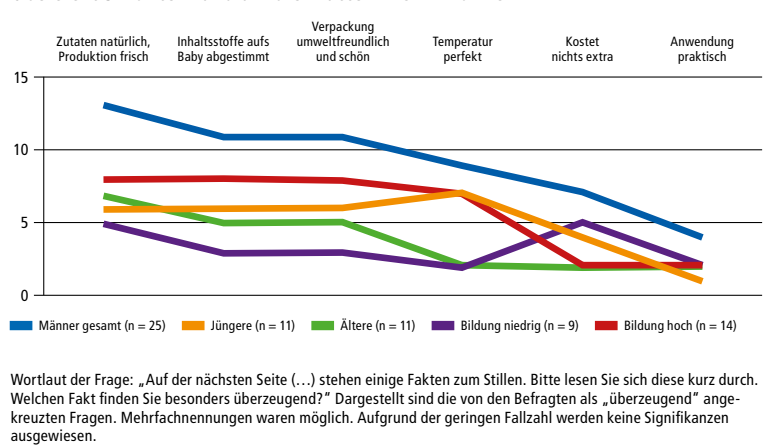
Bei allen positiven Befunden muss man dennoch realistisch bleiben: Ein Teil der angesprochenen Zielgruppe bleibt auch mit dieser neuen Form eines Informationsmediums schwer erreichbar, beispielsweise Frauen anderer Kulturkreise, sehr junge Mütter, die noch stark in ihrer eigenen Familie verwachsen sind, Menschen, die ungern lesen oder nicht lesen können, oder Menschen, die sich gern vertieft informieren. Für letztere sind andere vorhandene Informationsangebote besser geeignet.

Die Literaturliste finden Sie im Internet unter „Literaturverzeichnisse“ als kostenfreie pdf-Datei.

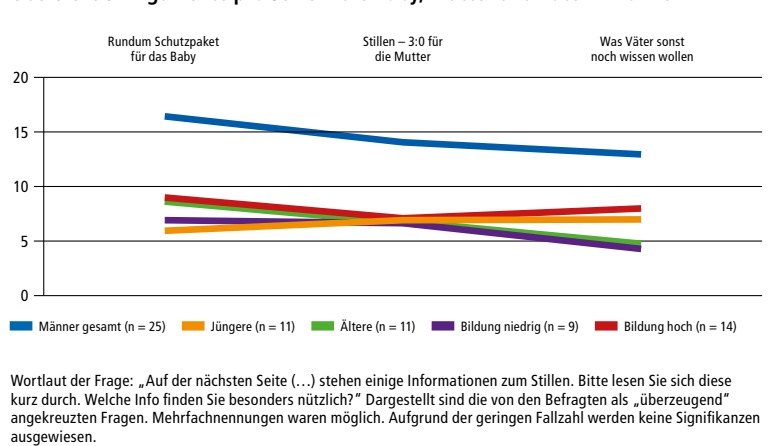
#### Übersicht 4: Gesamteindruck des Wendeflyers – Männer



#### Übersicht 5: Fakten rund um die Muttermilch – Männer



#### Übersicht 6: Argumente pro Stillen fürs Baby, Mutter und Vater – Männer



#### Für das Autorenteam

Maria Flothkötter ist Diplom-Oecotrophologin. Sie arbeitet als Wissenschaftsredakteurin für den aid infodienst und leitet das Projekt „Gesund ins Leben – Netzwerk Junge Familie“.

Maria Flothkötter, Projektleiterin  
aid infodienst e. V.  
Geschäftsstelle:  
„Gesund ins Leben – Netzwerk Junge Familie“  
Heilsbachstraße 16  
53123 Bonn  
m.flothkoetter@aid-mail.de

