Der Schulmilch-Report: „Im Kakao-Sumpf“

**Bildunterschriften zur Fotostrecke**

**01\_verblueffende\_Fakten**

Kakao macht schlau und verursacht zum Frühstück weniger Karies als Wasser – mit solch „verblüffenden Fakten“ wirbt der Molkereikonzern Friesland Campina („Landliebe“) für seine zuckrigen Getränke. Brandenburg rechtfertigt unter anderem damit die Subvention von Kakao an Schulen und Kindergärten – obwohl die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) in ihren Empfehlungen für die Verpflegung in Schulen gezuckerte Milchprodukte als Pausensnack explizit ausschließt.

**02\_joe-clever-studie\_grafik**

Die Milchwirtschaft begründet ihre Aussagen über den angeblich gesunden und schlaumachenden Kakao mit einer Reihe zweifelhafter Studien, die auf einen kleinen Kreis untereinander vernetzter Wissenschaftler zurückgehen. Die Studien halten laut foodwatch aufgrund von zweifelhaften Methoden und zum Teil winzigen Probandenzahlen einer wissenschaftlichen Überprüfung nicht stand. Die Ergebnisse werden zudem auch irreführend dargestellt – so wie etwa eine Ergebnispräsentation über die angeblich IQ-steigernden Effekte von Kakao, einer von Tetra Pak beauftragten Studie (der Verpackungskonzern ist über seine Marke „Joe Clever“ am Schulmilchgeschäft beteiligt). Der Trick: In dem die y-Achse nicht bei „0“ beginnt, erscheinen überschaubare Effekte wie riesige Unterschiede.

**03\_Praesentation\_Wagner\_Joe-Clever\_didacta**

Die gleichen Wissenschaftler, die mit der Milchwirtschaft zusammenarbeiten, gehen auf Kakao-Werbetour – etwa auf Schulleiterkongressen, Bildungsmessen und Podiumsdiskussion. Der Oecotrophologe Günter Wagner informierte zum Beispiel auf der Didacta-Messe über das „Plus für mentale Leistungsfähigkeit“ durch die Joe Clever Schokomilch.

**04\_landliebe\_elternbroschuere**

Auch Eltern spricht die Milchwirtschaft direkt an. In Elternbroschüren empfiehlt etwa Landliebe, der größte Schulmilchlieferant in NRW, seine Schokomilch explizit für die Schule: In Situationen, „in denen hohe geistige Anforderungen zu bewältigen sind“, sei Kakao vor allem zu empfehlen.

**05\_schulmilchseite\_nrw**

Wie eng Politik und Milchwirtschaft in NRW zusammenarbeiten, entlarvt schon die offizielle Website der Landesregierung zum Schulmilchprogramm: Dort finden sich anstelle von neutralen Informationen zu gesundheitlichen Fragen rund um Milch und Kakao Verweise auf die Milchwirtschaft. Bis vor wenigen Jahren wurde die Milch-Lobbyvereinigung sogar ganz unverblümt im Impressum der Website genannt: als verantwortlich für die „inhaltliche Betreuung“.

**06\_milchwerbung\_schulen**

Die Milchlobby organisiert mit ihrem Schulmilch-Maskottchen Lotte Aktionstage in Schulen in ganz NRW. Eine perfekte Marketing-Aktion für die Milchwirtschaft – und ein beliebter Foto- und PR-Termin für Ministerinnen und Staatssekretäre.

**07\_youtube\_schulmilchfoerderung\_nrw**

Auf der bei Kindern beliebten Internetplattform YouTube macht die Milchvereinigung die Kinder zu Milch-Testimonials – in Musikclips oder einem Video zum inszenierten Schulbesuch der damaligen Landesverbraucherministerin. Natürlich gefördert durch: das Land NRW.