

Datum: Mon, 10 Dec 2007  
Von: Langnese.Beratungsservice@unilever.com  
An:  
Betreff: aw: LANGNESE

Sehr geehrter --

vielen Dank für Ihre E-Mail und Ihr Interesse an LANGNESE.

Gern möchten wir zu Ihrer kritischen e-Mail zu unserem Produkt 4 Milch-Früchtchen Stellung nehmen:

Kinder lieben und fordern Eis und Süßwaren. Milchzeit kann im Rahmen einer abwechslungsreichen Ernährung durchaus eine Zwischenmahlzeit sein. Langnese bietet dem Verbraucher mit dem Produkt eine Alternative zu anderen Zwischenmahlzeiten. Hinsichtlich des Kaloriengehalts ist eine Portion Milchzeit durchaus vergleichbar mit beispielsweise einem kleinen Glas (100 ml) fettarmer Fruchtmilch.

Mit Milchzeit möchte Langnese dem Verbraucher keinen Ersatz für das tägliche Glas Milch anbieten, sondern präsentiert Eltern ein neues Produkt, das pro Becher 15 % zur Deckung des täglichen Kalziumbedarfs beiträgt und zudem den geforderten Genussmoment bietet. Milchzeit ist auf die Bedürfnisse von Kindern abgestimmt und unterstützt Eltern bei der Wahl der Produkte für die tägliche Ernährung ihrer Kinder durch transparente Kommunikation - unter anderem auf der Verpackung durch Kennzeichnung in der Zutatenliste und in der Nährwerttabelle.

Konnten wir mit diesen Erläuterungen Ihr Vertrauen in unsere Produkte wiederherstellen? Das würde uns freuen. Für weitere Fragen zu unseren Produkten stehen wir gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen  
Ihr LANGNESE-Team  
- Verbraucherservice

Unilever Deutschland GmbH  
Dammtorwall 15  
D- 20355 Hamburg  
Sitz und Registergericht Hamburg  
Reg.- Nr. HRB 13 829  
Geschäftsführer: Henning Rehder, Heinz Arnold, Dr. Angelika Dammann, Stefan Leitz, Herbert Mandel, Mario Moesta, Michael von Rudloff, Andrea Schmidt, Steven Verweij, Vincentius Weijers Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Manfred Stach