

Pressemitteilung

Müsli für den Nestlé-Chef: Muster für ausgewogene Kinder-Frühstücksflocken an Vorstandsvorsitzenden Berssenbrügge überreicht – foodwatch fordert Rezepturänderung bei Kinderprodukten

Frankfurt a.M./Berlin, 12. Juli 2012. Sie sind schmackhaft, für Kinder attraktiv aufgemacht – und vor allem ausgewogen. Die Verbraucherorganisation foodwatch hat Nestlé-Deutschland-Chef Gerhard Berssenbrügge bei einem Gespräch in der Nestlé-Zentrale in Frankfurt ein eigenes Musterprodukt für kindgerechte Frühstücksflocken überreicht, wie sie der Konzern anstelle seiner überzuckerten „Trio“- , „Cookie Crisp“- oder „Cini Mini“-Produkte auf den Markt bringen könnte. Die von foodwatch zusammengestellten „Flockies Bunte Beeren“ kommen nicht nur ohne Zusatzstoffe und Aromen aus – sie sind auch frei von zugesetztem Zucker und bestehen insgesamt zu weniger als fünf Prozent aus Zucker. Ganz im Gegensatz zu Nestlés hochgradig verarbeiteten Frühstücksflocken für Kinder: Diese enthalten 30 bis 37 Prozent Zucker.

„Das foodwatch-Musterprodukt zeigt, was möglich ist: Nestlé könnte ohne Weiteres kindgerechte Frühstücksflocken herstellen, die gleichzeitig schmecken und ausgewogen sind“, erklärte foodwatch-Kinderlebensmittelexpertin Anne Markwardt, die die „Flockies“-Packung gemeinsam mit foodwatch-Geschäftsführer Thilo Bode an den Nestlé-Chef übergab. *„Niemand kann behaupten, dass es keine machbare und attraktive Alternative zur unverantwortlichen Nestlé-Strategie gibt, klebrige Süßigkeiten wie ausgewogene und gesunde Kinderprodukte für das tägliche Frühstück zu vermarkten.“* Nestlé solle sich bei der Produktentwicklung an den Ernährungsbedürfnissen der Kinder statt am Zuckergehalt von Konkurrenzmarken orientieren.

Maximal zehn Prozent Zucker in den Frühstücksflocken!

foodwatch forderte Nestlé als größten Nahrungsmittelkonzern der Welt auf, seiner Verantwortung für eine ausgewogene Kinderernährung gerecht zu werden. Dazu soll Nestlé in einem ersten Schritt...

... die Rezepturen der Frühstücksflocken überarbeiten: Nur noch solche Produkte, die tatsächlich kindgerecht sind und maximal 10 Prozent Zucker enthalten, dürfen als Kinderprodukte vermarktet werden.

... alle Marketingaktivitäten in Schulen und Kindergärten beenden – dazu gehört auch indirektes Marketing über Klassen-Wettbewerbe oder Bildungsprogramme.

... seine eigenen Unternehmensgrundsätze einhalten und unausgewogene Produkte nicht länger an Kinder unter 12 Jahren vermarkten.

„Viele Kinder ernähren sich unausgewogen. Mit seinen überzuckerten Frühstücksflocken – die anders als klassische Süßigkeiten eigentlich ausgewogen sein könnten – ist Nestlé Teil des Problems und nicht Teil der Lösung. Das muss sich ändern“, so Anne Markwardt von foodwatch.

Bei der „Flockies“-Verpackung hat sich foodwatch am Nestlé-Produkt „Trio“ orientiert und wesentliche Gestaltungselemente übernommen. Von der Packung entfernt wurden übertriebene Werbebotschaften wie die so genannte „Vollkorngarantie“ oder Nährwertangaben in Form verwirrender Portionsgrößen, mit denen sich der Zuckeranteil kleinrechnen lässt. Die von foodwatch beispielhaft entwickelte Packung enthält ein realistisches Produktfoto, bei dem werblich hervorgehobenen Zutaten (Nüsse und Früchte) ist deren Anteil im Produkt gleich auf der Vorderseite genannt. Die „Flockies“-Flocken selbst bestehen aus Getreideflocken, Cornflakes, Nüssen und Früchten. Zugewetzter Zucker befindet sich nicht im Produkt. Das Ergebnis: Frühstücksflocken, die schmecken – und anstelle leerer Kalorien in Form von zugewetztem Zucker vor allem Getreideflocken mit wertvollen Ballaststoffen enthalten. Im Vergleich:

	Original-Produkt: Nestlé „Trio“	Musterprodukt: „Flockies Bunte Beeren“
Zutaten	68,1% Getreide (27,3% Vollkornweizenmehl, Weizenmehl, 10,5% Vollkornhafermehl, Maisgrieß, Reismehl), Zucker, Traubenzucker, Honig, Vanilleextrakt, Karamell, Gerstenmalzextrakt, Süßmolkenpulver, Maltodextrin, Pflanzenöl, Salz, Vitamine und Mineralstoffe (Vit.C, Niacin, Pantothenat, Vit. B6, Vit. B2, Vit. B1, Folsäure, Vit. B12, Calciumcarbonat), Farbstoff (Paprikaextrakt, Beta-Carotin), Antioxidationsmittel E306	Getreide (Weizen-, Hafer-, Roggen-, Dinkel-, Gerstenflocken aus Vollkorn), Haselnusskerne, Mandeln, Dinkel gepufft, Heidelbeeren, Himbeeren, Erdbeeren
Brennwert	378 kcal pro 100 g	347 kcal pro 100 g
Eiweiß	7,2 g pro 100 g	11,6 g pro 100 g
Kohlenhydrate	82,8 g pro 100 g	53 g pro 100 g
davon Zucker	36,9 g pro 100 g	4,3 g pro 100 g
Fett	2 g pro 100 g	9,75 g pro 100 g
davon gesättigte Fettsäuren	0,5 g pro 100 g	0,9 g pro 100 g
Salz	0,5 g pro 100 g	< 0,1 g pro 100 g
Ballaststoffe	4 g pro 100 g	10,9 g pro 100 g

Ziel bei der Zusammenstellung des Produktmusters war es, Alternativen zu den gegenwärtigen, überzuckerten Kinderprodukten aufzuzeigen – foodwatch wird jedoch selbstverständlich nicht selbst in die Herstellung von Nahrungsmitteln einsteigen oder mit Nestlé oder einem anderen Unternehmen bei der Produktentwicklung kooperieren.

Link:

E-Mail-Aktion "Zucker runter, Nestlé": www.foodwatch.de/aktion-nestle

Redaktioneller Hinweis:

Bildmaterial zur den foodwatch-Produktmustern und der Übergabe an Nestlé-Chef Berssenbrügge unter www.foodwatch.de/material-kinder

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Fax: +49 (0)30 / 24 04 76 - 26