



LYONER STRASSE 23, "NESTLÉ-HAUS"  
FRANKFURT AM MAIN-NIEDERRAD

TELEFON (0 69) 66 71-1  
<http://www.nestle.de>

## BANKEN

DEUTSCHE BANK AG, FRANKFURT  
BLZ 500 700 10, KTO. 0792919300

SWIFT-BIC: DEUT DE FF  
IBAN: DE 92 5007 0010 0792 9193 00

COMMERZBANK AG, FRANKFURT  
BLZ 500 800 00, KTO. 0510410500

SWIFT-BIC: DRES DE FF  
IBAN: DE 67 5008 0000 0510 4105 00

NESTLÉ DEUTSCHLAND AG • 60523 FRANKFURT AM MAIN

Foodwatch e.V.

Herrn Thilo Bode

Brunnenstraße 181

10119 Berlin

(IHRE ZEICHEN/  
NACHRICHT VOM

UNSER ZEICHEN

DURCHWAHL (0 69) 66 71-  
TELEFON TELEFAX

DATUM

18. April 2012

### Ihr offener Brief

Sehr geehrter Herr Bode,

Ihren offenen Brief habe ich heute per Fax erhalten - in etwa zeitgleich mit Ihrem Versand an die Medien. Bitte finden Sie in meinem offenen Antwortschreiben meine Anmerkungen. Ich habe mich bemüht, Ihre umfangreichen Fragen schnellstmöglich zu beantworten.

Gleich vorweg möchte ich anmerken, dass Ihre Vorwürfe jeder Tatsache entbehren. Mir ist unverständlich, wie Sie trotz Ihrer vermutlich intensiven Recherchen zur der Überzeugung gelangt sind, wir würden unsere strengen Nestlé-Grundsätze nicht befolgen. So nennen Sie als Beispiel, wir würden gegen unsere Selbstbeschränkungen bei der Vermarktung unsere Produkte an Kinder verstoßen.

### Nestlé-Selbstbeschränkung der Werbeaktivitäten an Kinder

Die Kritik von Ihnen ist so pauschal nicht haltbar. Man muss ganz klar trennen zwischen **Bildungsprogrammen** und üblichen **Marketingmaßnahmen**, zu denen auch die Produktgestaltung oder die Integration spielerischer Inhalte bei der Produktkommunikation gehört. Werbung darf unterhaltsam und zielgruppengerecht sein – Essen muss auch Spaß machen dürfen. Dabei ist es wichtig, klare Spielregeln einzuhalten. Nestlé geht hier sehr verantwortungsbewusst vor.

Die **Bildungsangebote von Nestlé** hingegen sind strikt frei von produkt- oder markenbezogener Werbung. Programme, die sich als Angebot an Schulen richten, werden von unabhängigen Partnern organisiert und sind frei von jeglicher Produkt- oder Markenwerbung. Nestlé hält sich hier bewusst im Hintergrund. Wir halten es aber für wichtig, dass wir einen Beitrag zum gesellschaftlichen Ziel einer besseren Ernährungsbildung leisten können – hier sehen wir uns als führender Lebensmittelhersteller auch in der Pflicht. Dies wird an den über 3.000 Schulen, die sich 2011 an unseren Programmen beteiligt haben, auch ausgesprochen geschätzt.

Wir sind uns der Kritik bewusst, die gegen an Kinder gerichtete **Werbung** erhoben wird. Nestlé hat sich daher strenge interne Richtlinien zur Kommunikation gegenüber Kindern auferlegt. Auf europäischer Ebene hat sich Nestlé im Rahmen des **EU Pledge** zu einem verantwortungsbewussten Marketing gegenüber Kindern verpflichtet. Seit Inkrafttreten des EU Pledge im Jahr 2009 hat eine **unabhängige Überprüfung** (siehe [www.eu-pledge.de](http://www.eu-pledge.de)) keine Verstöße von Nestlé in Deutschland ergeben. Nestlé richtet keine Werbung an Kinder unter sechs Jahren. Für die Altersgruppe von sechs bis zwölf Jahren werden nur Produkte beworben, die ein Nährwertprofil aufweist, das den Bedürfnissen dieser Altersgruppe entspricht. Die Selbstverpflichtung umfasst Werbung in TV- und Printmedien ebenso wie Online-Spiele. Über die Regelungen des EU Pledge hinaus muss unsere Werbung inhaltliche Anforderungen erfüllen: So darf sie nicht zu übermäßigem Konsum animieren oder Kinder unter Druck setzen. Wo möglich, versuchen wir positive Botschaften zu vermitteln, die eine ausgewogene Ernährung und einen aktiven Lebensstil fördern. Nestlé wirbt nicht im schulischen Umfeld.

### Ernährung für Kinder

In Ihrer gesamten Darstellung sogenannter „Kinderlebensmittel“ fehlt der Hinweis, wie bedeutend eine ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung ist. Sie nehmen einzelne Lebensmittel heraus und stufen diese als gut oder schlecht ein. Sie berücksichtigen nicht, dass bestimmte Lebensmittel nicht dafür gedacht sind, ausschließlich oder in großen Mengen gegessen zu werden, sondern dass sie in einer ausgewogenen Ernährung in der richtigen Menge durchaus ihren Platz haben. Dann kann auch ein „süßer, fetter Snack“ genossen werden.

Zudem ist es meines Erachtens für Verbraucher **verwirrend**, wenn Sie in Ihrer Beurteilung **klassische Süßigkeiten wie Eis und Smarties mit anderen Produkten aus unserem Haus vermischen**. Denn wie Sie selbst schreiben, sollten Süßigkeiten nur selten und in kleinen Mengen gegessen werden. Darauf weisen wir ebenfalls hin, wie Sie beispielsweise unserem Nestlé Ernährungsstudio entnehmen können. Zudem liegt meines Erachtens die Entscheidung, wie häufig Süßigkeiten von Kindern verzehrt werden, bei den Erziehungsberechtigten und kann nicht generell auf die Unternehmen übertragen werden.

Dieses Durcheinander der Produkteinteilung wenden Sie auch bei **Alete** an. Früchteriegel, Getreideriegel und Kekse sind Snacks, die Kinder zwischendurch gegeben werden können. Das Forschungsinstitut für Kinderernährung (FKE) lehnt diese Produkte nicht vollständig ab, sondern duldet einen mäßigen Verzehr in der Ernährung von Kleinkindern. Diese Lebensmittel sollten maximal zehn Prozent der täglichen Energiezufuhr ausmachen. Bei einem durchschnittlichen Energiebedarf von 1.000 kcal dürften ungefähr 100 kcal aus derartigen Produkten stammen. Dies entspricht ca. einem Riegel oder vier bis fünf Keksen.

Ihre Einordnung der Alete Kleine Entdecker Kleinkindmilch in „süße, fette Snacks“ ist ebenfalls nicht nachvollziehbar. Hier handelt es sich nicht um ein „Extra“! Unsere Kleinkindmilch ist eine Alternative zu Kuhmilch, die speziell auf die besonderen Ernährungsbedürfnisse von Kleinkindern abgestimmt ist. Das FKE empfiehlt für Kleinkinder, täglich 300 bis 330 ml Milch/-produkte zu verzehren. Zudem: Unsere Produkte von Alete entsprechen den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen.

### Frühstückscerealien

Auch Ihre Zuordnung unserer Frühstückscerealien in „süße, fette Snacks“ entbehrt jeder wissenschaftlichen Grundlage. Ernährungswissenschaftler empfehlen, dass Kinder und Jugendliche etwa 25 Prozent der Tagesration an Energie und Nährstoffen mit der Frühstücksmahlzeit aufnehmen sollten. Allerdings frühstücken nur 39 Prozent der Sechs- bis Elfjährigen und 48 Prozent der Zwölf- bis 15-Jährigen mindestens einmal pro Woche.

Cerealien tragen dazu bei, dass der Körper mit Kohlenhydraten und Ballaststoffen versorgt wird. Getreide als wichtigster Bestandteil von Cerealien hat einen Kohlenhydratanteil von rund 60 Prozent und enthält von Natur aus wenig Fett, dafür aber wichtige Vitamine und Mineralstoffe. Alle Nestlé-Frühstückcerealien werden mit Vollkorn hergestellt. Milch und Joghurt, mit denen in Deutschland Cerealien meist gegessen werden, steuern Calcium bei. Zahlreiche Verbraucher kombinieren ihre Cerealien auch mit Obst, so dass dadurch die Aufnahme von Vitamin C und zusätzlichen Ballaststoffen gefördert werden kann.

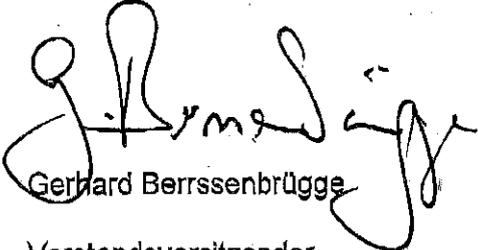
Dies ist gerade für Kinder und Jugendliche wichtig. Denn nur weniger als die Hälfte erreichen die ernährungswissenschaftlich empfohlene Menge für Milch und Milchprodukte. Und auch bei Obst werden die empfohlenen Tagesmengen deutlich unterschritten. Gleiches gilt für die Vollkornzufuhr.

Wir wissen, dass Zucker ein wichtiges Thema für unsere Verbraucher ist: Der Gehalt sollte nicht zu hoch sein. Zugleich aber hat er seine Bedeutung innerhalb einer ausgewogenen Ernährung. So schmeckt das Frühstück erst oft gut, wenn Zucker enthalten ist (in Cerealien, aber auch in Obst, Fruchtsäften, Konfitüre etc.). Deshalb fließen erhebliche Aufwendungen in Forschung und Entwicklung, um diesem Wunsch zu entsprechen. Seit 2003 hat Nestlé weltweit mehr als 3 Milliarden Portionen Vollkorn zu Frühstückscerealien hinzugefügt und 7.182 Tonnen Zucker herausgenommen. Und das oft im Austausch: Vollkorn rein, Zucker raus. Diese Anstrengungen verfolgen wir weiter.

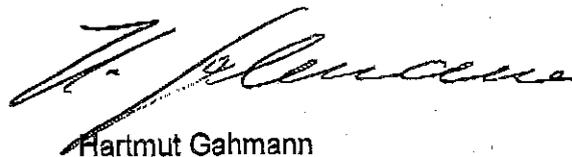
Abschließend möchte ich prinzipiell anmerken: Niemand behauptet, dass sich Kinder ausschließlich von Kinderprodukten ernähren sollen. Es gibt eine Vielzahl an frischen Lebensmitteln wie Obst, Joghurt, Brot, Reis, Schinken. Ich kann mir nicht vorstellen, dass Foodwatch sich wünscht, diese Lebensmittel als „Kinderlebensmittel“ anzubieten.

Zudem ist es wenig hilfreich, die Lebensmittel auf 100 Gramm zu beziehen. Um eine Orientierung für die Ernährungsweise zu erhalten, eignen sich die Angaben zur Portionsgröße viel besser.

Ich hoffe, Ihre Fragen umfassend beantwortet zu haben und verbleibe mit freundlichen Grüßen



Gerhard Berrssenbrügge  
Vorstandsvorsitzender  
Nestlé Deutschland AG



Hartmut Gahmann

Leitung Corporate Communications  
Nestlé Deutschland AG