

Pressemitteilung – Thema: Etikettenschwindel

Nestlé erhält Goldenen Windbeutel 2014 – Verbraucher wählen Alete Trinkmahlzeiten zur dreitesten Werbelüge des Jahres – foodwatch fordert: Produkt vom Markt nehmen!

Berlin/Frankfurt a. M., 1. Oktober 2014. Der Nahrungsmittelkonzern Nestlé erhält mit seiner Marke Alete den Goldenen Windbeutel 2014, den Preis für die dreitesten Werbelüge des Jahres. Bei einer Online-Abstimmung der Verbraucherorganisation foodwatch stimmten die Teilnehmer mit großem Vorsprung für die Alete Trinkmahlzeiten ab dem 10. Monat: Weil solche hochkalorischen Trinkmahlzeiten Überfütterung und Kariesbildung fördern, warnen Ärzte seit langem vor dem Verzehr – Nestlé verkauft sie dennoch wie gesunde, babygerechte Produkte. foodwatch wird versuchen, Nestlé den Goldenen Windbeutel heute um 10 Uhr am Deutschland-Sitz des Konzerns in Frankfurt am Main zu überreichen.

+++ Achtung Bildredaktionen: Fototermin heute 10 Uhr – Nestlé-Zentrale, Lyoner Str. 23, 60528 Frankfurt/Main +++ Live-Tweets von der Aktion unter [@foodwatch_de](https://twitter.com/foodwatch_de) +++

Einen Monat lang hatten die Verbraucher auf www.goldener-windbeutel.de unter fünf Kandidaten über die dreitesten Werbelüge des Jahres abgestimmt. Dabei kam es zu einer Rekordteilnahme: Insgesamt gingen mehr als 158.000 gültige Stimmen ein und damit so viele wie noch nie bei einer Wahl zum Goldenen Windbeutel. Auf die Alete Trinkmahlzeiten entfielen 45,8 Prozent der Stimmen (mehr als 72.000).

foodwatch forderte Nestlé auf, das Produkt vom Markt zu nehmen und hat dazu eine E-Mailaktion unter www.foodwatch.de/alete-aktion an das Unternehmen gestartet. „Kalorienreiche Trinkmahlzeiten sind für Säuglinge völlig ungeeignet. Nestlé muss die Produkte aus dem Handel nehmen und endlich aufhören, Profit auf Kosten der Gesundheit von Babys zu machen“, sagte Oliver Huizinga, foodwatch-Experte für Lebensmittelwerbung.

Die Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) fordert bereits seit 2007 einen Stopp der Vermarktung von Trinkmahlzeiten, diese sei „unverantwortlich und gefährdet die Kindergesundheit“. Die DGKJ hat foodwatch bestätigt, dass diese Position weiterhin aktuell ist. In einer repräsentativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts TNS Emnid für foodwatch hatten sich Ende August 93 Prozent der Befragten für eine gesetzliche Vorgabe ausgesprochen, nach der sich Hersteller bei der

Rezeptur von Babynahrung an die wissenschaftlichen Empfehlungen von kinderärztlichen Fachgesellschaften halten müssen.

Auf dem zweiten Platz der Online-Abstimmung zum Goldenen Windbeutel landete die hühnerfleischfreie „Hühnersuppe“ von Knorr (Unilever). Das vollständige Ergebnis:

1. Platz: **Alete Trinkmahlzeiten ab dem 10. Monat von Nestlé**, 45,8 Prozent
2. Platz: **Knorr activ Hühnersuppe von Unilever**, 25,2 Prozent
3. Platz: **Glacéau Vitaminwater von Coca-Cola**, 14,6 Prozent
4. Platz: **Belvita Frühstückseks von Mondelez** (ehemals Kraft), 11,5 Prozent
5. Platz: **Unser Norden Bio Apfelsaft naturtrüb der Coop eG**, 2,9 Prozent

Die fünftplatzierte Coop eG hatte bereits während der laufenden Wahl angekündigt, bei allen unter der Eigenmarke „Unser Norden“ verkauften Produkten in Zukunft eine regionale Herkunft der Zutaten auch sicherzustellen. Beim Bio-Apfelsaft hatte die Handelsgenossenschaft nach mehrfacher Nachfrage eingeräumt, aller Regionalitätswerbung zum Trotz die Äpfel auch von außerhalb Norddeutschlands zu beziehen.

Blogger gegen Etikettenschwindel

foodwatch vergibt den Goldenen Windbeutel in diesem Jahr bereits zum sechsten Mal. Ziel ist es, mit dem Negativpreis auf die systematische, ganz legale Irreführung bei Lebensmitteln hinzuweisen. Besonders bedankt sich foodwatch bei zahlreichen Bloggern, die die Wahl auf ihrer Seite eingebunden haben und so gegen den Etikettenschwindel an-gebloggt haben. Die drei Blogs, die die meisten Stimmen beitragen konnten, waren:

1. Platz: www.lebensmittellexikon.de
2. Platz: www.green-friday.de
3. Platz: www.homeveganer.blogspot.de

Link:

- Ergebnisse der Wahl zum Goldenen Windbeutel 2014: www.goldener-windbeutel.de

Download-Material

- Pressemappe, O-Töne und Bildmaterial – bis ca. 14 Uhr auch Fotos von der „Preisverleihung“ bei Nestlé – zum Download unter: www.foodwatch.de/windbeutel2014

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Andreas Winkler und Christopher Link

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Hinweise zu Formulierungen:

foodwatch möchte freundlich empfehlen, bei der Berichterstattung auf folgende Formulierungen zu verzichten:

- „*foodwatch prangert an*“: Der Pranger ist ein Instrument des Mittelalters, bei dem sich der „Angeprangerte“ nicht wehren konnte. Deshalb ist der Vergleich schief: Wenn überhaupt, prangern Lebensmittelhersteller ihre Produkte selbst an, indem sie sie zum Verkauf in Supermarktregale stellen und öffentlich bewerben. Über die Aufrichtigkeit der Vermarktung und Kennzeichnung entscheiden sie im Rahmen der Gesetze selbst.
Richtig ist also: foodwatch „kritisiert“ die genannten Werbepraktiken, „wirft den Herstellern Etikettenschwindel/Irreführung/legale Verbrauchertäuschung vor“ etc.
- „*Die Verbraucher sollten also besser genau aufs Kleingedruckte achten*“: Das ist zwar nie verkehrt, aber auch nicht die Lösung für das Problem des legalen Etikettenschwindels und insofern aus unserer Sicht kein geeignetes Fazit. Denn viele Informationen stehen gar nicht erst auf der Verpackung. Und selbst wenn: Unserer Vorstellung entspräche es auch nicht, wenn sich Verbraucher vorne auf der Packung in Großbuchstaben Schwindel gefallen lassen müssten, wenn sie hinten im Kleingedruckten die Auflösung finden könnten. Entscheidend ist also die Frage, wie der gesetzliche Rahmen gestaltet werden muss, um die Unternehmen zu einer ehrlicheren Kennzeichnung und Bewerbung zu veranlassen.

**Gewinner des Goldenen Windbeutels 2014:
Nestlé: Alete Trinkmahlzeit ab 10. Monat**



foodwatch-Kritik: Seit Jahren warnen Kinderärzte und Wissenschaftler vor Trinkmahlzeiten für Babys, da diese zu Überfütterung führen und Karies fördern. Dennoch empfiehlt Nestlé die Produkte als „vollwertige“ Mahlzeit für Säuglinge ab dem 10. Monat. Damit nicht genug: Mit Aussagen wie „reich an Calcium & Vitamin D für gesundes Knochenwachstum“ verleiht Nestlé den Produkten sogar einen gesunden Anstrich. Das ist unverantwortlich!

Fakten und Quellen:

- Die Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) bewertet die Trinkmahlzeiten in einer Stellungnahme aus dem Jahr 2007 wie folgt: „Die Vermarktung von Beikostprodukten zur Flaschenfütterung [ist] unverantwortlich und gefährdet die Kindergesundheit. (...) Die Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin fordert die Hersteller auf, die Vermarktung von Beikostprodukten zur Flaschenfütterung an gesunde Säuglinge unverzüglich einzustellen.“¹
- Auch die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) sowie das Forschungsinstitut für Kinderernährung (FKE) raten von Trinkmahlzeiten für Babys ab.²
- Nestlé feiert in diesem Jahr den 200. Geburtstag von Firmengründer Heinrich Nestlé, die zugehörige Kampagne stellt die Nestlé-Initiative „Qualität bedeutet mehr“ in den Fokus, die das Ziel habe: „Alle Produkte in den Dimensionen Ernährung, Umwelt, Gesellschaft und Sicherheit zu verbessern.“³
- Eigenwerbung von Nestlé Alete: „Wir wollen gesundheitlich unbedenkliche und qualitativ hochwertige Produkte für die sicherer Ernährung Ihres Babys herstellen.“⁴
- Auf Nachfrage von foodwatch, weshalb Nestlé die Warnungen der DGKJ ignoriert und die Produkte weiterhin vermarktet und für Säuglinge empfiehlt, erklärte das Unternehmen: „Vor einigen Jahren hatte die DGKJ darauf hingewiesen, dass Eltern verzehrfertige Trinkmahlzeiten mit einem Getränk verwechseln könnten (...) Wir haben damals reagiert und auf der Verpackung noch deutlicher gekennzeichnet, dass es sich um eine komplette Mahlzeit handelt.“⁵

Zutaten:

(Beispielsorte „Gute Nacht Mehrkorn-Getreide“)

Folgemilch 83%
(Molkenerzeugnis, Magermilch, Vollmilch, Stärke, Pflanzenöl, Maltodextrin, Vitaminmischung [Vit. C, Vit. E, Vit. A, Vit. D, Niacin, Pantotensäure, Vit. K, Vit. B1, Vit. B6, Vit. B2, Folsäure, Biotin, Vit. B12], Calciumcarbonat, Eisendiphosphat, Zinksulfat, Kaliumjodid), Wasser, Weizenmehl 6,5% (teilweise aufgeschlossen), Maltodextrin, Gerstenmalzextrakt, Vollkorngerstenmehl, Sorghummehl, Roggenmehl, Reisgrieß, Hirsemehl, Maismehl, Vollkornhafermehl, Aroma.

Nährwerte je 100ml:

(Beispielsorte „Gute Nacht Mehrkorn-Getreide“)

Brennwert 86kcal
Eiweiß 2,6g
Kohlenhydrate 12,4g
- davon Zucker 6,5g
Fett 2,9g
- davon ges. Fettsäuren 1,3g
Ballaststoffe <0,5g
Salz <0,1g*

*aus dem Natriumwert berechnet, Faktor 2,54

Verkaufspreis im Einzelhandel:

€ 1,29 (bei Real in Berlin)

¹ http://www.dgkj.de/uploads/media/2007_Beikostprodukte_01.pdf

² S. 8, http://www.gesundinsleben.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/Dokumente/Downloads/Medien/3291_2013_handlungsempfehlungen_saeuglinge.pdf

³ <http://www.nestle.de/themenwelten/einblicke/multi-marken-kampagne>

⁴ <http://www.babyservice.de/hintergruende/qualitaet/sicherheit>

⁵ S. 2f, http://www.foodwatch.org/fileadmin/Themen/Goldener_Windbeutel_2014/Dokumente/goldener_windbeutel_2014_nestle_allete_trinkmahlzeiten_factsheet_herstellerkorresp.pdf

Nestlé's Alete Trinkmahlzeiten: Zitate und Bewertungen

[Stand: 1. Oktober 2014]

Das sagt Nestlé

Das sollte man dazu wissen

• Hoher Anspruch bei Alete

„Wir wollen gesundheitlich unbedenkliche und qualitativ hochwertige Produkte für die sichere Ernährung Ihres Babys herstellen.“¹



Kinderärzte: Trinkbreie sind unverantwortlich

Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) 2007: „Die verbreitete Vermarktung von Beikostprodukten zur Flaschenfütterung ist aus Sicht der Kinder- und Jugendmedizin unakzeptabel. (...) Die Flaschenfütterung (...) ist mit einem hohen Risiko für Überfütterung verbunden. (...) Im Übrigen muss befürchten (sic!) werden, dass die Vermarktung von kohlenhydratreichen Produkten zur Flaschenfütterung beim Einschlafen zur Verwendung von Nuckelflaschen mit dem hohen Risiko der Entstehen einer Frontzahnkaries führt. **Aus Sicht der Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin ist die Vermarktung von Beikostprodukten zur Flaschenfütterung unverantwortlich und gefährdet die Kindergesundheit.** (...) Die Ernährungskommission (...) fordert die Hersteller auf, die Vermarktung von Beikostprodukten zur Flaschenfütterung an gesunde Säuglinge unverzüglich einzustellen.“⁴

• Aber wir halten uns an die Gesetze...

Nestlé am 26.9.2014 auf die Frage einer Verbraucherin („Was soll das ?????!!!!!!!“) auf facebook: „Alle ‚Alete Mahlzeiten zum Trinken‘ Produkte halten diese Vorgaben [der für Babynahrung relevanten Diätverordnung] sorgfältig ein und sind damit auch für Babys geeignet.“²

• 2007-2009: Nestlé ändert das Produkt

Am 26.9.2014 erklärt Nestlé auf seiner facebook-Seite³:

„Geändert haben wir konkret:
- Änderung des Produktnamens in „Mahlzeit zum Trinken“ sowie Aufnahme des Hinweises „ersetzt einen Milch-Getreidebrei zum Löffeln“, damit die Funktion als vollständige Mahlzeit deutlich verstanden wird.“

Änderung von
„Trink-Mahlzeit“ in
„Mahlzeit zum Trinken“

¹ <http://www.babyservice.de/hintergruende/qualitaet/sicherheit>

² <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=866263796726445&set=o.183292338524573&type=1&theater>

³ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=866263796726445&set=o.183292338524573&type=1>

⁴ http://www.dgkj.de/uploads/media/2007_Beikostprodukte_01.pdf

- Aufnahme einer ausdrückliche Verzehrempfehlung die Alete Mahlzeit zum Trinken **in einer Trinklerntasse** zu geben und nicht im Fläschchen
- Deutlichere Kennzeichnung des zuvor schon vorhandenen Karieshinweises
- Reduzierung des Energie- und Zuckergehaltes pro Portion sowie eine Verringerung der Portionsgröße von 250ml auf 200ml
- Empfehlung der Alete Trinkmahlzeit für Babys ab dem 10. Monat, anstelle der früheren Empfehlung ab dem 6. Monat
- Von Milchnahrungen getrennte Platzierung im Handel, um Verwechslungen zu vermeiden
- Aufnahme eines Verzehrhinweises zur Häufigkeit der Fütterung“

• **Produkt geändert – alles gut?**

„Der **Vermarktungsstopp** wurde deshalb durch die vorgenommenen umfassenden Änderungen **hinfällig**“ (Neslé am 28.9.2014 auf seiner facebook-Seite⁴)

• **Zum Löffeln oder zum Trinken?**

„Die DGKJ hat [...] darauf hingewiesen, **dass Beikost mit dem Löffel gefüttert werden sollte** (...). Auch Nestlé stimmt der DGKJ zu und wir weisen deshalb auf den Verpackungen der Alete Mahlzeiten zum Trinken auf **die Wichtigkeit der Fütterung von Beikost mit dem Löffel für die altersgerechte Entwicklung der Kinder hin.**“

foodwatch fragt nach: „Wenn eure Alete Trinkmahlzeiten für Babys nur gelöffelt werden sollen, weil sonst Kariesgefahr angesagt ist - warum heißen die dann ‚Mahlzeit zum Trinken‘?“

Antwort von Nestlé: „Wir haben nie gesagt, dass dieses Produkt gelöffelt werden soll. Wir empfehlen ausdrücklich auf der Packung, eine **Trinklerntasse** zu verwenden.“ (alles 26.-28.9.2014 auf der Nestlé-facebook-Seite⁴)

• **Nur gelegentlich**

„Eine trinkfertige Mahlzeit sollte nur **gelegentlich** eine mit dem Löffel gefütterte Milchgetreidemahlzeit ersetzen.“ (Nestlé am 28.9.2014 auf facebook⁴)

Nicht überzeugt

Die DGKJ erkennt die Änderungen mehrerer Hersteller 2008 ausdrücklich an, bleibt jedoch bei ihrer Grundsatzposition, wie sie 2014 bestätigt:

„Die DGKJ spricht sich weiterhin gegen sogenannte **‘Trinkbreie’** aus“.⁵

Schon 2008 betont die DGKJ: „Weiterhin empfiehlt die Kommission jedoch, Beikostprodukte bei gesunden Kindern **nicht als Getränk mit der Flasche oder aus einer Tasse**, sondern mit dem Löffel zu füttern.“⁶

„**Von Trinkbreien, Trinkmahlzeiten u. ä. ist** aus Sicht von DGE [Deutsche Gesellschaft für Ernährung], DGKJ und FKE [Forschungsinstitut für Kinderernährung] **abzuraten.**“ Das von der Bundesregierung ins Leben gerufene Netzwerk Gesund ins Leben, 2013⁷



DGKJ 2014: „Beikost sollte mit dem Löffel gefüttert und nicht aus der Flasche oder dem Becher getrunken werden.“⁸

„Bitte achten Sie darauf, dass Sie Ihrem Kind **nur einmal pro Tag** eine trinkfertige Milch-Getreide-Mahlzeit geben, denn für eine altersgerechte Entwicklung Ihres Kindes ist es wichtig, dass Beikost-Mahlzeiten mit dem Löffel gefüttert werden.“

(Aufdruck auf der Unterseite der Alete-Verpackungen)

⁴ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=866263796726445&set=o.183292338524573&type=1>

⁵ E-Mail des Vorsitzenden der DGKJ-Ernährungskommission, Prof. Koletzko, an foodwatch, 30.7.2014

⁶ Monatsschrift Kinderheilkunde 12/2008:1237

⁷ http://www.gesundinsleben.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/Dokumente/Downloads/Medien/3291_2013_handlungsempfehlungen_saeuglinge.pdf, S. 8

⁸ Monatsschrift Kinderheilkunde 6/2014:532 – Ernährung gesunder Säuglinge, Empfehlungen der Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin

Von: Drewes,Achim,FRANKFURT,ND-CPA [REDACTED]
Gesendet: Freitag, 25. Juli 2014 17:42
Bis: Oliver Huizinga (foodwatch)
Betreff: Ihre Anfrage zu Alete Mahlzeiten zum Trinken

Sehr geehrter Herr Huizinga,

anbei finden Sie wie besprochen unsere Stellungnahme zu Alete Mahlzeiten zum Trinken. Da wir Ihnen die PDFs der angefragten Geschmacksrichtungen ebenfalls zur Verfügung stellen möchten, diese aber sehr groß sind, erhalten Sie von uns zwei getrennte Mails. Wir bitten hierfür um Ihr Verständnis.

Mit freundlichen Grüßen

Achim Drewes

*Achim Drewes
Public Affairs Manager
Corporate Communications
Nestlé Deutschland AG
Lyoner Str. 23
60528 Frankfurt*

Tel. [REDACTED]

AUFSICHTSRATSVORSITZENDER: PROF.DR.WERNER BAUER
VORSTAND: GERHARD BERSSENBRÜGGE (VORSITZENDER), MACHIEL DUIJSER, PETER HADASCH, HUBERT STÜCKE
SITZ FRANKFURT AM MAIN · REGISTERGERICHT · AMTSGERICHT FRANKFURT AM MAIN, HRB 28 163

Ihre Anfrage zu Alete Mahlzeiten zum Trinken

Sehr geehrter Herr Huizinga,

bezugnehmend auf Ihre Anfrage zu Alete Mahlzeiten zum Trinken finden Sie unten stehend unsere Antwort.

Unter der Marke Alete bieten wir eine große Bandbreite unterschiedlicher Beikost-Produkte an und geben den Eltern so die Möglichkeit, je nach Anlass ein passendes Produkt auszuwählen. Wir haben Alete Mahlzeiten zum Trinken seit dem Jahr 2003 im Sortiment. Erhältlich sind die Produkte in mehreren Ländern, beispielsweise in den Niederlanden und Spanien.

Bei Alete Mahlzeiten zum Trinken handelt es sich um eine bereits verzehrfertige Variante des Milch-Getreide-Breis, die aus einer Trinklerntasse verzehrt werden kann. Eltern bieten wir somit eine praktische Alternative, die beispielsweise unterwegs auch mal einen mit dem Löffel gefütterten Brei ersetzen kann. Das Öffnen der Verpackung erleichtern wir dabei durch eine Perforation.

Neben der einfachen Handhabung der Alete Mahlzeiten zum Trinken, ist auch der niedrigere Eiweißgehalt der verwendeten Folgemilch ernährungsphysiologisch vorteilhaft, im Vergleich zur verwendeten Kuhmilch bei einem selbst zubereiteten Milch-Getreide-Brei. Zudem enthalten die Alete Mahlzeiten zum Trinken Omega 3 und 6 Fettsäuren sowie zusätzliches Calcium und Vitamin D. Über diese Vorzüge informieren wir Eltern durch einen Hinweis auf der Verpackungs-vorderseite.

Für Babys gelten grundsätzlich spezielle Empfehlungen für die Nährstoffzufuhr. Die Zusammensetzung von Beikost wird daher in der Diätverordnung auf Grundlage ernährungswissenschaftlicher Anforderungen gesetzlich geregelt. Entspricht ein Produkt den Vorgaben der Diätverordnung, kann man folglich darauf schließen, dass dieses Produkt für Babys geeignet ist. Da alle Varianten der Alete Mahlzeiten zum Trinken die Vorgaben der Diätverordnung einhalten, haben wir derzeit keine Maßnahmen geplant, um die Zusammensetzung dieser Produkte zu überarbeiten.

In allen Varianten von Alete Mahlzeiten zum Trinken ist die namensgebende Zutat der Hauptgeschmacksgeber, also beispielsweise Kakaopulver, Fruchtpüree oder Fruchtsaft. Bei der Geschmacksrichtung Vanille wird das natürliche Vanillearoma noch durch eine geringe Menge Vanillin ergänzt. Auch bei den anderen Varianten setzen wir zur geschmacklichen Abrundung und um einen gleichbleibenden Geschmack zu garantieren, Aromen in geringen Mengen ein.

Wir sind ein gutes Team.

Du & ich & **Alete**[®]

Mehr Infos auf alete.de

Vor einigen Jahren hatte die Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) darauf hingewiesen, dass Eltern verzehrfertige Trinkmahlzeiten mit einem Getränk verwechseln könnten und diese nicht anstelle des Milch-Getreide-Breies sondern einer Folgemilch verwenden. Wir haben damals reagiert und auf der Verpackung noch deutlicher gekennzeichnet, dass es sich um eine komplette Mahlzeit handelt. Aktuell machen wir durch den Produktnamen „Alete Mahlzeit zum Trinken“ und den Hinweis „2 vollwertige & trinkfertige Milch-Getreide-Mahlzeiten“ auf den ersten Blick deutlich, dass es sich um eine verzehrfertige und vollständige Mahlzeit handelt.

Auf unserer Webseite www.babyservice.de können sich Eltern über die Nährwerte und die Zusammensetzung unserer Produkte informieren. Die hinterlegten Informationen sind auf dem aktuellen Stand. Alternativ finden Sie im Anhang die Verpackungsabbildungen der von Ihnen exemplarisch genannten Geschmacksrichtungen. Hier können Sie die gewünschten Informationen gerne auch entnehmen.

Mit freundlichen Grüßen



Norbert Reiter
Geschäftsführer Nestlé Nutrition GmbH

Wir sind ein gutes Team.

Du & ich & **Alete**[®]

Mehr Infos auf alete.de

Von: Oliver Huizinga (foodwatch)
Gesendet: Mittwoch, 16. Juli 2014 13:12
An: Mruck,Sara,FRANKFURT,ND-CPA
Betreff: Anfrage zu "Nestlé Alete Mahlzeit zum Trinken"

Sehr geehrte Frau Mruck,

wie gerade telefonisch angekündigt, haben wir noch einige Fragen zu den Produkten „Nestlé Alete Mahlzeit zum Trinken“, die Sie ab dem 10. Monat empfehlen (beispielhaft zu den Sorten „Vanille-Geschmack“, „Keks“, „Schokolade“, „Guten Morgen Müsli-Traube“ und „Gute Nacht Mehrkorn-Getreide“) und würden uns über eine Beantwortung freuen.

1. Sind die auf Ihrer Website www.babyservice.de angegebenen Zutaten und Nährwerte der o.g. Produkte aktuell? Falls nicht, wie lauten die aktuellen Zutaten und Nährwerte?
2. Wann haben Sie o.g. Produkte auf dem deutschen Markt eingeführt und welchen Umsatz erzielen Sie damit in Deutschland?
3. In welchen weiteren Ländern vermarkten Sie die o.g. Produkte?
4. Auf der Verpackung der o.g. Produkte werben Sie mit: „über 80% wertvolle Folgemilch“, „reich an Calcium & Vitamin D für gesundes Knochenwachstum“, „mit Omega 3 & 6“. Was möchten Sie Eltern damit vermitteln?
5. Sie bezeichnen die Produkte als „vollwertige & trinkfertige Milch-Getreide-Mahlzeiten“ und empfehlen diese für Babys ab dem 10. Monat. Inwiefern berücksichtigen Sie die ernährungsphysiologischen Bedürfnisse von Babys bei Ihrer Empfehlung?
6. In einer Stellungnahme aus dem Jahr 2007 urteilte die Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ), dass Beikostprodukte zur Flaschenfütterung bei gesunden Kindern „gänzlich ungeeignet“ seien, da ein „hohes Risiko der Überfütterung“ bestehe. Die DGKJ hatte unter anderem auch Nestlé damals aufgefordert, die „Vermarktung von Beikostprodukten zur Flaschenfütterung an gesunde Säuglinge unverzüglich einzustellen“. Was hat Sie dazu bewogen, die Produkte weiterhin zu vermarkten? Wie begründen Sie dies wissenschaftlich? Inwiefern haben Sie die Produkte oder deren Vermarktung seitdem verändert?
7. Im Rahmen Ihrer aktuellen Werbe-Kampagne zum Thema „200 Jahre Heinrich Nestlé“ haben Sie angekündigt, den „gesundheitlichen Wert“ ihrer Produkte zu „verbessern, etwa durch die Reduktion von Zucker oder Salz“. Inwiefern treffen diese Pläne auch für die o.g. Produkte zu?
8. Aus welchen Rohstoffen werden die enthaltenen Aromen hergestellt (Bitte um Angabe aller verwendeten Bestandteile, insbesondere der geschmackgebenden)? Welcher Rohstoff ist die Hauptquelle des jeweiligen Geschmacks?

Wir bitten um Antwort bis Mittwoch, den 23. Juli 2014.

Mit freundlichen Grüßen

Oliver Huizinga

Werden Sie foodwatch-Mitglied!/Become a foodwatch member: www.foodwatch.de/mitglied-werden

foodwatch@facebook: www.facebook.com/foodwatch

foodwatch@twitter: www.twitter.com/foodwatch_de

foodwatch in English: www.foodwatch.eu

foodwatch en Francais: www.foodwatch.fr

foodwatch Nederland: <http://www.foodwatch.nl>

oliver huizinga
kampagnen

foodwatch e.v.
brunnenstr. 181
10119 berlin
germany

fon: + [REDACTED]

fax: + [REDACTED]

e-mail: [REDACTED]

internet: www.foodwatch.de

Eingetragener Verein, Sitz Berlin VR 21908 Nz AG Charlottenburg,
Geschäftsführer: Dr. Thilo Bode

Zahlen, Daten, Fakten

Der Goldene Windbeutel 2014 – die Wahl der dreistesten Werbelüge des Jahres

Die Wahl

- Gesucht wurde die „dreisteste Werbelüge des Jahres“
- Verbraucher konnten online abstimmen unter www.goldener-windbeutel.de
- Wahlzeitraum: Vom 1. September bis 30. September 2014

Die Kandidaten



Coca-Cola: Glacéau Vitaminwater

Wasser mit überflüssigen Vitaminzusätzen, teuer vermarktet wie Wundergetränke.



Unilever: Knorr activ Hühnersuppe

„Hühner“suppe ohne Hühnerfleisch, stattdessen nur mit 1% Hühnerfett.



Coop: Unser Norden Bio Apfelsaft naturtrüb

Regionalwerbung „Unser Norden“, Äpfel kommen aber gar nicht alle aus Norddeutschland.



Mondelez: Belvita Frühstückskeks

Beworben als empfehlenswertes Frühstück, in Wahrheit eine Süßigkeit.



Nestlé: Alete Trinkmahlzeit ab 10. Monat

Kinderärzte warnen vor den kariesfördernden Kalorienbomben, Nestlé empfiehlt sie für Säuglinge.

Alle Informationen zu den Kandidaten:

www.foodwatch.org/de/informieren/goldener-windbeutel/abstimmung-2014/die-kandidaten/



Der Goldene Windbeutel 2009 - 2013

foodwatch vergibt den Goldenen Windbeutel 2014 zum sechsten Mal. 2009 bis 2012 wurde die „dreisteste Werbelüge“, im Jahr 2013 einmalig die „dreisteste Werbemasche bei einem Kinderprodukt“ ausgezeichnet. Die bisherigen Preisträger sind:

2009: Actimel von Danone (47,0 Prozent von ca. 35.000 abgegebenen Stimmen)¹

2010: Monte Drink von Zott (37,5 Prozent von mehr als 80.000 Stimmen)²

2011: Milch-Schnitte von Ferrero (43,5 Prozent von mehr als 115.000 Stimmen)³

2012: Instant-Tees von Hipp (43,1 Prozent von knapp 130.000 Stimmen)⁴

2013: Capri-Sonne von Wild/Deutsche SiSi-Werke (42,6% von rund 120.000 Stimmen)⁵

Links

- Die Wahl zum Goldenen Windbeutel 2014: www.goldener-windbeutel.de

¹ <http://www.foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/verbraucher-preis-fuer-die-dreisteste-werbeluege-actimel-erhaelt-goldenen-windbeutel-2009/>

² <http://www.foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/verbraucher-waehlen-monte-drink-von-zott-zur-dreitesten-werbeluege-des-jahres-goldener-windbeutel-2010-geht-an-bayerische-grossmolkerei/>

³ <http://www.foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/der-goldene-windbeutel-2011-geht-an-ferrero-milch-schnitte-zur-dreitesten-werbeluege-des-jahres-gewahlt/>

⁴ <http://www.foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/hipp-gewinnt-den-goldenen-windbeutel-2012-verbraucher-waehlen-zuckrige-kinder-tees-zur-werbeluege-des-jahres/>

⁵ <http://www.foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/capri-sonne-erhaelt-goldenen-windbeutel-2013-verbraucher-strafen-aggressive-vermarktung-des-soft-drinks-an-kinder-ab-foodwatch-aktion-heute-am-firmensitz-bei-heidelberg/>