













# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Bewertung der Verbraucherzentrale	
				Beschreibung	Bewertungs-Symbole
1	<p><b>Impressum</b> Neosmart Consulting AG Mühlebachstr. 72 CH-8008 Zürich</p> <p><b>Finanzierung</b> Auf Anfrage der Verbraucherzentrale (VZ) keine Antwort.</p> <p><b>Info auf der Website:</b> „Für die Verkäufe der Produkte erhält die Neosmart Consulting AG eine Provision. Diese wird dazu genutzt, um die Internetseite ständig aktuell und damit auf dem neuesten Stand zu halten.“</p>	<p><a href="http://www.zentrum-der-gesundheit.de">http://www.zentrum-der-gesundheit.de</a></p>   <p><a href="http://www.zentrum-der-gesundheit.de/gesunde-ernaehrung.html">http://www.zentrum-der-gesundheit.de/gesunde-ernaehrung.html</a></p>	<p><b>Website:</b> „Für die Gesundheit des Menschen - In unserem unabhängigen Internetportal finden Sie unzensurierte Informationen aus den Bereichen Gesundheit, Ernährung und Naturheilkunde. In den angeschlossenen Shops finden Sie hochwertige natürliche Produkte, die Ihnen helfen sollen, Ihre Gesundheit zu stabilisieren.“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> Keine</p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: groß</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: schlecht</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: mangelhaft</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Gezielt platzierte Produktverweise im Text und „Produkt-Tipps“ am Seitenrand, obwohl der Name der Internetseite „Zentrum der Gesundheit“ die Erwartung eines unabhängigen Gesundheitsportals weckt. Kontroverse Themen, z.B. „Vitamin D schützt vor Krebs“, „Aspartam erhöht die Krebsrate“, werden einseitig dargestellt. Quellen werden angegeben, doch Qualität und/oder Inhalte der Studien entsprechen nicht den daraus gezogenen Schlussfolgerungen (z.B. Aspartam und Krebs). Einseitig aufbereitete redaktionelle Inhalte dienen als Aufhänger für den Produktverkauf (z.B. Vitamin D-Präparate, Stevia).</p>	   







# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
2	<p><b>Impressum</b> Kein Impressum!!</p> <p><b>Finanzierung</b> Unklar. Vermutlich über die verlinkten Onlineshops.</p>	<p><a href="http://www.wie-kann-ich-schnell-abnehmen-24.com">www.wie-kann-ich-schnell-abnehmen-24.com</a></p>  <p>Links und Google Anzeigen führen den Verbraucher zu Seiten mit dubiosen Schlankheitsmitteln:</p>  <p><a href="http://fettkiller.lipo-xs.info/?gclid=CMTStOyutrcCFcFc3gody1sAfw">http://fettkiller.lipo-xs.info/?gclid=CMTStOyutrcCFcFc3gody1sAfw</a></p>	<p><b>Website:</b> „Wie kann ich schnell abnehmen? Diät Tipps! Ernährung!“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> Kein Anschreiben möglich, da die Seite kein Impressum hat.</p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: groß</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: schlecht</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: mangelhaft</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Kein Impressum – rechtswidrig! Seite liefert nur Banalitäten oder unsinnige Diät-Tipps. Offensichtlich nur eingerichtet, um auf Online-Shops mit Diätprodukten bzw. Google-Anzeigen zum Thema zu verlinken.</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    


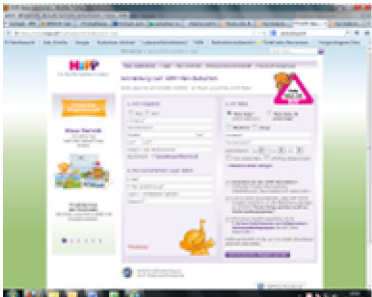




# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
3	<p><b>Impressum</b> HVG-SÜD Handels- und Vermittlungs-GbR ; Adresse und Telefon stimmt mit Omira GmbH überein, die laktosefreie MinusL-Produkte herstellt.</p> <p><b>Finanzierung</b> Unklar, vermutlich Omira (Oberland-Milchverwertung Ravensburg GmbH (MinusL)). Auf Anfrage der VZ keine Antwort.</p>	<p>Informationen über die Seite stammen aus dem April 2013 – momentan ist die Seite abgeschaltet!</p> <p><a href="http://www.laktoseintoleranz-hilfe.de/">http://www.laktoseintoleranz-hilfe.de/</a></p>  <p>Verlinkung auf Patientenbroschüre mit MinusL Produkten: <a href="http://www.minusl.de">www.minusl.de</a></p> 	<p><b>Website:</b> „Laktoseintoleranz-Hilfe: Tipps und Informationen bei Milchzuckerunverträglichkeit. Um Interessierte, Betroffene sowie Ärzte und Ernährungsexperten aufzuklären, haben wir die wichtigsten Informationen rund um das Thema Laktoseintoleranz zusammengefasst.“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> Keine</p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: groß</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: schlecht</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: eingeschränkt</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Verlinkung auf Produktseite von Omira: <a href="http://www.minusl.de">www.minusl.de</a>. Keine Info auf der Startseite – nur im Impressum – Zusammenhang mit Omira muss Verbraucher lange suchen. Klar strukturierte, allgemeine Informationen über Laktoseintoleranz. Verlinkung auf MinusL Seite und Informationen über MinusL-Produkte zwecks Verkaufsförderung. Es entsteht der Eindruck, dass die Seite in erster Linie die Aufmerksamkeit auf das Problem und damit das Geschäftsfeld von MinusL lenken soll. Zuverlässigkeit der Informationen schwer nachprüfbar bzw. für Verbraucher nicht nachvollziehbar, da es keine Quellenangaben gibt (z.B. für Daten zur Häufigkeit von Lebensmittel-Intoleranzen) gibt</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    






# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
4	<p><b>Impressum</b> USMedia Hauptstraße 33 D-83684 Tegernsee</p> <p><b>Finanzierung</b> durch Werbung und Marktforschung. (Online-Marktforschungspanel mit mehr als 40000 Eltern, von denen sämtliche soziodemographische Daten vorliegen (Selbstauskunft)).</p>	<p><a href="http://www.rund-ums-baby.de/">http://www.rund-ums-baby.de/</a></p>  <p>Verlinkung auf die Anmeldeseite von Hipp Mein Babyclub <a href="https://www.hipp.de/index.php?id=63&amp;source=rub">https://www.hipp.de/index.php?id=63&amp;source=rub</a></p> 	<p><b>Website:</b> „Beratung / Austausch / Informationen rund um Kinderwunsch, Schwangerschaft und Kinder“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> „...um werdende und junge Eltern zu informieren und zu beraten. Schwerpunkt bzw. Ausrichtung: Kindergesundheit. Inzwischen sind wir mit einer Elternberatung online, die in Europa ohne Beispiel ist. In unserem 50-köpfigen Expertenteam befinden sich die führenden Kinderärzte Deutschlands.“</p> <p><a href="#">Vollständige Selbstauskunft als pdf</a></p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: groß</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: mittelmäßig</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: mangelhaft</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Portal ist voller Werbeanzeigen für Produkte von Hipp. Anbieter ist erst im Impressum genannt. Name der PR-Agentur für Verbraucher wenig aussagekräftig. Forum „Ernährung von Babys und Kleinkindern“ wird von Oecotrophologinnen des Hipp Elternservice betreut. Hipp Milchnahrungen werden beworben im Zusammenhang mit der Aufzählung von Vorzügen der Muttermilch (...“nach dem Vorbild der Natur“), obwohl z.B. der Nutzen von Prä- und Probiotika-Zusätzen wissenschaftlich umstritten ist. Von Ernährungsexperten als „überflüssig“ eingestufte 2er und 3er Nahrungen werden empfohlen. Vom Selberkochen für Babys wird aufgrund der Schadstoffbelastung eher abgeraten – Vorteile der Gläschenkost werden betont. Werbebanner werden passend zum Thema eingeblendet, z.B. hypoallergene Babynahrung im Forum Nahrungsmittel-unverträglichkeiten. Insgesamt erscheint die Seite als Plattform für interessierte Firmen, die junge Eltern erreichen wollen.</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    






# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
5	<p><b>Impressum</b> Forum Wein &amp; Gesundheit e. V. Doris Goedecker Neugasse 1 55278 Hahnheim</p> <p><b>Finanzierung</b> Unklar, vermutlich durch Mitglieder des Vereins: Weingüter, Weinkellereien, Weingroßhandel etc. und den Verkauf von Faltblättern, Literatur, DVD's. Auf Anfrage der VZ keine Antwort.</p>	<p><a href="http://www.weinundgesundheit.de">www.weinundgesundheit.de</a></p> 	<p><b>Website:</b> „Ziel des Vereins ist die Förderung <b>wissenschaftlicher Forschung</b> über die Auswirkung eines <b>moderaten Weinkonsums</b> auf den menschlichen Organismus sowie die <b>Information des Verbrauchers</b> über neuste Erkenntnisse der internationalen wissenschaftlichen Forschung..“</p> <p>„Das Forum Wein &amp; Gesundheit versteht seine Arbeit als einen Beitrag zum vernünftigen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken und somit zur Suchtprävention.“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> Keine</p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: indirekt</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: schlecht</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: mangelhaft</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Kein Verkaufportal, die Seite soll aber der Absatzförderung von Wein dienen. Als Betreiber der Website tritt der eingetragene Verein „Forum Wein &amp; Gesundheit“ auf. Als Verbraucher muss man über die im Internet verfügbare Mitgliederliste herausfinden, dass die Mitglieder des Vereins Weingüter, Weinkellereien, Weingroßhandel und die Korkindustrie sind. Alkohol- und speziell Weinkonsum wird als gesundheitsfördernd dargestellt – das Suchtpotential von Alkohol bei regelmäßigem Konsum wird nicht thematisiert. Es werden einseitig Studien angegeben, die positive Seiten eines moderaten Alkoholkonsums belegen. Aussagen widersprechen zum Teil der aktuellen Evidenz und den Aussagen unabhängiger Gesundheits-Institutionen wie WHO oder Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen. Es entsteht der Eindruck, dass die Seite vor allem zur Imagepflege nach dem Motto „Weintrinken ist gesundheitsfördernd“ eingerichtet wurde. Langfristig: Absatzförderung.</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    







# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
6	<p><b>Impressum</b> LAKTONOVA S. L. U. c/o Cano &amp; Luickhardt Bulevar Chayofe 61B E-38650 Arona/ Spanien</p> <p><b>Finanzierung:</b> Unklar, vermutlich durch Verkauf aus Online-Shop. Auf Anfrage der VZ keine Antwort.</p>	<p><a href="http://www.laktonova.de">http://www.laktonova.de</a></p>  <p><a href="http://www.laktonova.de/onlineshop/">http://www.laktonova.de/onlineshop/</a></p>	<p><b>Website:</b> „Ihr Portal für Beratung und Hilfe bei Laktose-Intoleranz, Fruktose-Intoleranz, Histamin-Intoleranz und Reizdarm-Syndrom“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der Verbraucherzentrale:</b> Keine</p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse:</b> groß</li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter:</b> schlecht</li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung:</b> eingeschränkt</li> </ul> <p><b>Details</b> Produktverkauf, Buchverkauf, CD-Verkauf stehen im Mittelpunkt der Seite. URL entspricht Anbieternamen, der jedoch den meisten Verbrauchern nicht bekannt sein dürfte. Keine Antwort auf Anfrage der Verbraucherzentrale. Seite liefert kostenfrei eher allgemeine Infos zu Intoleranzen – speziellere Informationen (z.B. Listen mit Laktosegehalten) gibt es nur in Bezahlangeboten. Viele Informationen sind Leseproben aus den im Onlineshop angebotenen Büchern. Zuverlässigkeit der Informationen schwer nachprüfbar bzw. für Verbraucher nicht nachvollziehbar, da es keine Quellenangaben gibt (z.B. für Daten zur Häufigkeit von Lebensmittel-Intoleranzen oder für den Zusammenhang von Lebensmittel-Intoleranzen und Befindlichkeitsstörungen wie Müdigkeit, Depression). Es entsteht der Eindruck, dass die Informationen auf der Seite vor allem als Aufhänger für die Bewerbung und den Verkauf von Büchern und Präparaten (z.B. Calcium, Laktase) genutzt werden.</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    



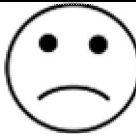



# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
7	<p><b>Impressum</b> Florian Weißenstein &amp; Sebastian Weber Markstr. 1-3 98693 Ilmenau</p> <p><b>Finanzierung</b> Unklar, wahrscheinlich Quersubventionierung durch das Portal Yazio.de. Auf Anfrage der VZ keine Antwort.</p>	<p><a href="http://www.steviaratgeber.de/">http://www.steviaratgeber.de/</a></p>   <p>Screenshot vom 03.06.2013</p>	<p><b>Website:</b> „...die Verbraucher und Kunden von Stevia aufklären und über die Wirkung, die Anwendung sowie die Herkunft des süßen „Honigkrauts“ informieren.“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> Keine</p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: indirekt</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: schlecht</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: mangelhaft</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Kein Verkaufportal, aber das Interesse für Steviaprodukte soll geweckt werden. „Steviaratgeber“ weckt die Erwartung an ein unabhängiges Informations-Portal. Die Verantwortlichen betreiben zum Zeitpunkt der Recherche auch das Portal Yazio.de, auf dem Steviaprodukte verkauft werden. Die veröffentlichten Inhalte sind durch umfangreiche Quellenangaben nachvollziehbar und informativ. Die Ausgewogenheit ist eingeschränkt: Positive Aspekte werden deutlich hervorgehoben. Wissenschaftlich umstrittene, angebliche Wirkungen von Stevia wie Blutdruck- und Blutzuckersenkung werden als erwiesen dargestellt. Es ist häufig unrichtiger Weise von „naturbelassene Süße der Pflanze“, „natürliche Süße“ und „natürlicher Süßstoff“ auf dem Portal die Rede. Er sind aber nicht Stevia Blätter zum Süßen zugelassen, sondern nur Steviol-Glycoside, die durch chemische Verfahren aus der Stevia-Pflanze gewonnen werden und mit „Natürlichkeit“ nichts zu tun haben.</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    

# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks









Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
8	<p><b>Impressum</b> Unilever Deutschland Strandkai 1 20457 Hamburg</p> <p><b>Finanzierung</b> Unilever</p>	<p><a href="http://www.ernaehrungs-forum.com">http://www.ernaehrungs-forum.com</a></p>  <p>Verlinkung auf Verbraucher-Informationen:</p>  <p><a href="http://www.ernaehrungs-forum.com/Infomaterialien/Broschueren">http://www.ernaehrungs-forum.com/Infomaterialien/Broschueren</a></p>	<p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> „Serviceangebot für qualifizierte Ernährungsberater im diätetischen Bereich“ „Eindeutig im Hintergrund steht (...) die Werbung für einzelne Produkte oder Marken..(...)“. „Endverbraucher sind nicht Zielgruppe dieser Seite.“</p> <p><a href="#">Vollständige Selbstauskunft als pdf</a></p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: groß</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: mittelmäßig</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: unbefriedigend</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Kein direktes Verkaufsportal, aber der Absatz von Unilever-Produkten soll durch die Beeinflussung von Multiplikatoren und Verbrauchern forciert werden. Unilever benutzt den neutralen Namen „Ernährungs-Forum“ für seine Internetseite. Zwar erscheint das Firmenlogo im Kopf der Startseite, doch möchte man sich mit dem Namen der Internetseite ein neutrales Image geben. Fachinfos sollen sich – so Unilever – überwiegend an Multiplikatoren richten. Die Broschüren, die die Multiplikatoren zur Weitergabe an Ratsuchende bestellen können, sind gespickt mit Werbung für Unilever-Marken wie z. B. Becel, Mondamin. Teilweise wird die Herstellung von Convenience-Produkten beschönigend und realitätsfremd dargestellt. Darüber hinaus werden scheinbar neutrale Informationsbroschüren für Verbraucher angeboten. Sowohl im Text wie auch im Rezeptteil werden häufig Markenprodukte von Unilever, z.B. Knorr, integriert. Verbraucherinfos entsprechen dem wissenschaftlichen Mainstream und bestehen im Wesentlichen aus Rezeptheften bei verschiedenen Ernährungsformen sowie Nährwertangaben zu Unilever-Produkten. Zielsetzung der Seite ist die Imagepflege und die Beeinflussung von Multiplikatoren.</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    









# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung Bewertung der Verbraucherzentrale	Bewertungs-Symbole
9	<p><b>Impressum</b> Danone Waters Deutschland GmbH Solmsstraße 18 D-60486 Frankfurt</p> <p><b>Finanzierung</b> Unklar, vermutlich durch Volvic und Danone Waters Deutschland GmbH. Kooperation mit externen Anbietern (Getränkhandel). Auf Anfrage der VZ keine Antwort.</p>	<p><a href="http://www.mamis-und-babys.de">www.mamis-und-babys.de</a></p>  <p>Verlinkung auf <a href="http://www.getraenkehotline.de">www.getraenkehotline.de</a></p> 	<p><b>Website:</b> „Liebe Eltern, herzlich Willkommen auf unserem Portal <i>"Mamis &amp; Babys"</i>. <b>Hier erfahrt Ihr alles rund um die Themen Schwangerschaft, Geburt und gesunde Ernährung.</b> Außerdem könnt Ihr direkt Fragen an unsere Experten stellen oder bei unseren tollen Fotowettbewerben mitmachen und tolle Preise gewinnen!</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der Verbraucherzentrale:</b> Keine</p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkaufszentrale: groß</li> <li>• Transparenz der Informationen zum Anbieter: mittelmäßig</li> <li>• Objektivität der Ernährungsberatung: unbefriedigend</li> </ul> <p><b>Details</b> Artikel sind mit Werbung für Volvic Produkte gespickt. Zusätzlich Verlinkung auf Marken, die der Danone GmbH gehören (Aptamil) und auf eine Getränkehotline, bei der man Volvic bestellen kann. Danone Waters benutzt den neutralen Namen „Mamis und Babys“ für ihre Internetseite. Auf der Startseite ist „Volvic“ als Förderer der Seite genannt. Erst im Impressum erfährt man, dass Danone Waters Deutschland GmbH der Anbieter der Seite ist. Man möchte sich mit dem Namen der Internetseite offenbar ein möglichst neutrales Image geben. Die Qualität und Eignung von Volvic als Getränk für Säuglinge wird besonders hervorgehoben. Die allgemeinen Informationen zur Ernährung entsprechen dem Stand der Wissenschaft.</p>	   

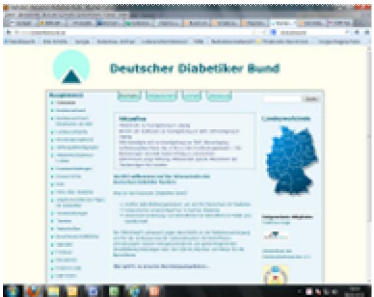





# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
10	<p><b>Impressum</b> Nestlé Deutschland AG Lyoner Strasse 23 D - 60528 Frankfurt am Main</p> <p><b>Finanzierung</b> Nestlé Deutschland AG</p>	<p><a href="http://ernaehrungsstudio.nestle.de/start/home/">http://ernaehrungsstudio.nestle.de/start/home/</a></p>  <p>Verlinkung auf den Nestlé Marktplatz: <a href="http://www.nestle-marktplatz.de">http://www.nestle-marktplatz.de</a></p> 	<p><b>Website:</b> „Nestlé Ernährungsstudio – Ihr Berater für gesunde Ernährung“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> „... aktuelle wissenschaftliche Informationen zu Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden leicht verständlich und interaktiv aufbereitet.“ „... Trägt das Nestlé Ernährungsstudio dazu bei, umfassend über diese Themen zu informieren und damit die Lebensqualität zu verändern.“</p> <p><a href="#">Vollständige Selbstauskunft als pdf</a></p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: groß</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: gut</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: unbefriedigend</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Gezielt platzierte Verweise im Text und „Produkt-Tipps“ am Seitenrand auf Markenprodukte des Konzerns. So wird z.B. unter der Überschrift „Leichte Snacks für den kleinen und größeren Hunger“ auf den zucker- und fettreichen Riegel „Kitkat“ von Nestlé hingewiesen. Darüber hinaus Verlinkung auf das Verkaufsportale Nestlé Marktplatz. Vermutlich neutrale Artikel und Infobroschüren werden zu Marketingzwecken benutzt. Renommierte Ernährungsexperten sind auf der Seite aktiv. Wenn Daten geliefert werden, sind Quellen (z. B. Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE)) angegeben. Die veröffentlichten Inhalte entsprechen dem wissenschaftlichen Mainstream. Aber durch die Vermischung von Werbung für Nestlé-Produkte und den Texten, kann beim Verbraucher der Eindruck entstehen, dass diese Organisationen Nestlé-Produkte empfehlen würden. Nestlé betont die individuelle Verantwortung des Einzelnen bzw. der Familie für die eigene Gesundheit. Nestlé übernimmt aber hinsichtlich der Zusammensetzung seiner Produkte keine Verantwortung. Verbraucher können Nährwertinformationen und Informationen über Allergene in Nestlé-Produkten abrufen.</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    

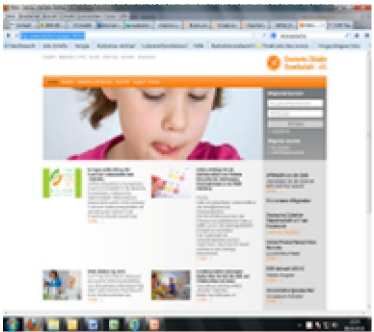
# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Beschreibung	Bewertung der Verbraucherzentrale
11	<p><b>Impressum</b> Deutscher Diabetiker Bund e.V. Goethestr. 27 34119 Kassel</p> <p><b>Finanzierung</b> Unklar. Auf der Website keine genaue Auskunft, aber unzählige Förderer aus Medizintechnik, Pharmaindustrie, Kliniken etc. – Zuwendungen für die vergangenen Jahre werden detailliert angegeben. In der zum Download bereit stehenden Info-broschüre zahlreiche Werbeanzeigen. Auf Anfrage der VZ keine Antwort.</p>	<p><a href="http://www.diabetikerbund.de/">http://www.diabetikerbund.de/</a></p>  <p>Werbeinhalte in der als Download zur Verfügung gestellten Broschüre.</p> <p><a href="http://www.diabetikerbund.de/sites/default/files/diabetes_auf_den_punkt_gebracht_0.pdf">http://www.diabetikerbund.de/sites/default/files/diabetes_auf_den_punkt_gebracht_0.pdf</a></p> 	<p><b>Website:</b> „Größte Selbsthilfeorganisation von und für Menschen mit Diabetes; Kompetenter Ansprechpartner in Sachen Diabetes; Interessenvertretung von Betroffenen für Betroffene in Politik und Gesellschaft.“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> Keine</p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse:</b> indirekt</li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter:</b> mittelmäßig</li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung:</b> mangelhaft</li> </ul> <p><b>Details</b> Kein Verkaufsportal, aber viel Werbung im Informationsmaterial. Anbieter geht aus URL hervor, auf Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg reagiert er aber nicht. Ernährungs-Informationen finden sich nur im Download der Broschüre „Diabetes auf den Punkt gebracht“ aus dem Jahr 2011, die mit zahlreichen Werbeanzeigen gespickt ist. In einer ganzseitigen Anzeige für ein Zink-Präparat, die nur durch genaues Hinschauen vom redaktionellen Text zu unterscheiden ist, wird die Einnahme von Zink als „zwingend“ für Diabetiker dargestellt, obwohl die „Nationale Versorgungsleitlinie Therapie des Typ 2 Diabetes“ der Zinkeinnahme keinen Nutzen zuspricht. Die Infos zur Ernährung sind eher oberflächlich und allgemein – nicht ausreichend als Informationsquelle für eine Ernährungsumstellung. Die Website-Rubrik „Infos über Diabetes/Ernährung“ ist leer.</p>	<p><b>Bewertungs-Symbole</b></p>    

# Wer und was versteckt sich hinter Ernährungsportalen? Ergebnisse des Website-Checks



Nr.	Betreiber der Seite	Screenshot der Startseite	Anbieter verspricht (Website/ Selbstauskunft)	Bewertung der Verbraucherzentrale	
			Beschreibung	Bewertungs-Symbole	
12	<p><b>Impressum</b> Deutsche Zöliakie-Gesellschaft e.V. (DZG) Kupferstr. 36 D 70565 Stuttgart</p> <p><b>Finanzierung</b> Über Mitgliedsbeiträge laut Selbstauskunft</p>	<p><a href="http://dzg-online.de/homepage.1.0.html">http://dzg-online.de/homepage.1.0.html</a></p> 	<p><b>Website:</b> „In den mehr als 35 Jahren ihres Bestehens ist es der DZG gelungen, öffentliches Bewußtsein für die Erkrankung Zöliakie zu wecken. Sie ist kompetente Ansprechpartnerin für alle Fragen rund um Zöliakie und Dermatitis herpetiformis Duhring.“</p> <p><b>Antwort auf Anfrage der VZ:</b> „Unsere Intention &amp; unser Hauptziel ist die schnelle Informationsweitergabe wichtiger Nachrichten und Neuigkeiten an Mitglieder und Nichtmitglieder der DZG.“</p> <p><a href="#">Vollständige Selbstauskunft als pdf</a></p>	<p><b>Gesamturteil</b></p> <p><b>Bewertungskriterien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Verkaufsinteresse: keins</b></li> <li>• <b>Transparenz der Informationen zum Anbieter: gut</b></li> <li>• <b>Objektivität der Ernährungsberatung: gut</b></li> </ul> <p><b>Details</b> Anbieter geht aus URL hervor und ist auf der Startseite deutlich sichtbar. Hilfreiche und wissenschaftlich abgesicherte Informationen für Zöliakie-Betroffene und Interessierte. Kostenloser Download von Infomaterial auch ohne Mitgliedschaft. Werbefreie Seite, Finanzierung über Mitgliedsbeiträge laut Selbstauskunft.</p>	