

Gesundheitsbezogene Lebensmittelwerbung
—
ein Drahtseilakt zwischen
Verbrauchertäuschung und -information

Gliederung

- 1. Ernährung gestern und heute**
- 2. Rechtliche Grundlagen**
- 3. Produktbeispiele**

„Eure Nahrungsmittel sollen eure Heilmittel, eure Heilmittel sollen eure Nahrungsmittel sein.“

Hippokrates, ca. 460 v. Chr.



Ernährung war eine der wichtigsten Grundlagen der Medizin, eine systematische Untersuchung fand jedoch nicht statt

1965 Erster Lehrstuhl für die Ernährung des Menschen, Universität Gießen

- **Grundbedürfnisse der Ernährung wurden definiert**
- **Identifikation lebensnotwendiger Substanzen**



Ernährung als Grundversorgung, die ein Überleben sicherstellt

Heute:

Ernährung ist mehr als nur Grundversorgung

- **Gesundheitsförderung**
- **Minimierung von Risikofaktoren für Krankheiten**
- **Leistungs- und Konzentrationssteigerung etc.**

Auswirkungen:

- **Möglichkeiten/Grenzen?**
- **Angebot an „Functional Food“ wächst**
- **Gefahr der Täuschung/Irreführung**
- **Selbstmedikation durch Lebensmittel?**



Verbraucherinformation

Ziele des Lebensmittelrechts

1. Gesundheitsschutz

2. Täuschungsschutz

Verbot der Irreführung

Verbot krankheitsbezogener Werbung

3. Verbraucherinformation



Definitionen

Lebensmittel

Zweckbestimmung eines Lebensmittels ist die Ernährung und/oder der Genuss.

Missbrauchsprinzip

Arzneimittel

dienen der Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten.

Zulassung nach AMG

Täuschungsschutz

Allgemeines Irreführungsverbot des § 11 LFGB

Eine Irreführung liegt insbesondere vor, wenn

- „bei einem Lebensmittel zur Täuschung geeignete Bezeichnungen, Angaben, Aufmachungen [...] sonstige Aussagen über Eigenschaften, [...] die Zusammensetzung, [...] verwendet werden.“
- „einem Lebensmittel Wirkungen beigelegt werden, die ihm nach dem Erkenntnisstand der Wissenschaft nicht zukommen oder die wissenschaftlich nicht hinreichend gesichert sind“
- „einem Lebensmittel der Anschein eines Arzneimittels gegenwärtig wird.“

Was heißt „wissenschaftlich hinreichend gesichert“?

Theorie

- kausaler und quantitativer Zusammenhang zwischen dem verzehrten Lebensmittel und der behaupteten Wirkung
- i.d.R. ist der Nachweis durch randomisierte, doppelblinde Interventionsstudien am Menschen gefordert
- publiziert in wissenschaftlichen Fachmedien (Fachzeitschriften, z.T. Lehrbücher etc.) = allgemein anerkannt von der wissenschaftlichen Fachwelt

Was heißt „wissenschaftlich hinreichend gesichert“?

Praxis

- Anforderungen an den Nachweis situationsabhängig
- relevant ist auch die Art der Formulierung

Problem

- Inverkehrbringer muss seine Wirkaussagen zwar belegen können
- Zweifler müssen aber im Gegenzug plausibel machen, dass ein Wirkzusammenhang nicht besteht
- das Nichtbestehen von Wirkzusammenhängen wird in der Regel nicht publiziert
- sind die Produkte erst am Markt, ist es oft schwierig, Behauptungen zu entkräften

Täuschungsschutz

Verbot krankheitsbezogener Werbung gemäß § 12 LFGB

- **Zweck:** Verhütung einer Selbstmedikation
- es kommt hier **nicht** auf die objektive Richtigkeit der Aussagen an
- erlaubt ist die gesundheitsbezogene Werbung, z.B. ein Hinweis auf die notwendige Zuführung von Nährstoffen bei einer suboptimalen Versorgung (kein Mangel !) infolge einseitiger Ernährung
- **Ausnahmen:** für bestimmte diätetische Lebensmittel (§ 3 Diät-Verordnung)
- **aktuelle Entwicklung:** Liberalisierung des Verbots krankheitsbezogener Werbung

Fallbeispiel 1

„Blütenpollenerzeugnis“ gegen Prostatabeschwerden etc.

„Bestens, zuverlässig und generell wirkt die Naturkraft des Blütenpollen-Diätetikums bei Prostata-Beschwerden, Beschwerden beim Harnlassen, Potenzmangel bei IHM, Vitalitätsmangel bei IHR, Verdauungs- und Schlafstörungen.“

OLG Köln vom 19. Nov. 1982

- **kein Arzneimittel**, da es nicht beim Bundesgesundheitsamt nicht registriert ist
- **kein diätetisches Lebensmittel**, da es keine diätetische Zweckbestimmung im Sinne der Diät-VO erfüllt
- zudem wäre die Werbung für ein diätetisches Lebensmittel unzulässig, da sie nicht hinreichend wissenschaftlich gesichert ist
- als herkömmliches Lebensmittel liegt ein Verstoß gegen das Verbot der krankheitsbezogenen Werbung vor

Fallbeispiel 2

Nahrungsergänzungsmittel „Dr. G. Gelatkaps“

„Wenn es manchmal zwischen den Gelenken knackt und knirscht, könnte es sein, dass Ihnen `Gelenkschmiere` fehlt, dass sich Abnutzungserscheinungen bemerkbar machen. [...] In vielen solchen Fällen hat sich Gelatine-Hydrolysat bewährt.“

BGH-Urteil vom 4. Dez. 1997

- **Benennung von Symptomen, die von weiten Teilen der Bevölkerung mit Arthrose in Verbindung gebracht werden**
- **das Werbeverbot greift auch dann, wenn eine bestimmte Krankheit nicht konkret benannt bzw. medizinisch umfassend beschrieben wird**
- **daher Verstoß gegen das Verbot der krankheitsbezogenen Werbung**

Fallbeispiel 3

Werbeaussage „schützt das Herz“

„Denn dieser [Seefisch] enthält die wichtigen Omega-3-Fettsäuren, die u. a. das Herz schützen.“

OLG Köln vom 1. Juni 2001

- **kein unzulässiger Krankheitsbezug**
- **es ist nicht verboten, den Wert eines Lebensmittels in Bezug auf die Erhaltung oder Kräftigung der Gesundheit herauszustellen, sofern die Aussage wissenschaftlich gesichert ist**
- **die Aussage stellt nicht die Eignung des Lebensmittels zur Vorbeugung von Herzkrankheiten heraus, sondern eine das Herz schützende Wirkung**
- **als unzulässig gelten Aussagen wie „Gemüse soll sogar vor Krebs schützen“ oder „laut Studien kann Rotwein dazu beitragen, ... Herzkrankheiten vorzubeugen“**

Health-Claims-Verordnung

- Zulassungsverfahren gesundheitsbezogener Angaben: was nicht auf der Gemeinschaftsliste steht, darf nicht verwendet werden; Veröffentlichung geplant für **Juni 2010 – Verzug !**
- Zulassung von Angaben über die Minimierung von Risikofaktoren für bestimmte Krankheiten; z.B. *„eine ausreichende Calciumzufuhr kann zur Verringerung des Osteoporoserisikos beitragen“*
- krankheitsbezogene Werbung **bleibt verboten !**
- Einführung von Nährwertprofilen: Lebensmittel mit einem „ungünstigen“ Nährwert dürfen nicht gesundheitsbezogen beworben werden: **kontrovers diskutiert**; Einteilung in „gute“ und „schlechte“ Lebensmittel?

Entschlackung 1

„Das Problem“:

- die Menge an Schadstoffen in Nahrung und Umwelt nimmt zu – entsprechend belastet ist der Körper
- *„Schlacken sind Salze, die der Körper unter Zuhilfenahme von Mineralstoffen aus Säuren oder Giften bildet, um nicht von diese verätzt zu werden.“ o.ä.*
- sie sammeln sich im Körper, verstopfen die Blutgefäße, belasten das Verdauungssystem
- Verursacher von etlichen Zivilisationsleiden wie: Stress, Hauterkrankungen, Gicht, Verdauungsprobleme, Erschöpfung etc.

Entschlackung 2

„Die Lösung“:

- Kräutertees: Brennessel & Co
- Ingwer, div. Gewürze
- Algenpulver: Spirulina/Chlorella
- Schrotkuren
- „Kolloidale Mineralien aus Humusschiefer“
- usw.

Entschlackung 3

Der Haken:

- tatsächlich kennt der Körper keine Schlacken – schulmedizinisch nicht anerkannt (Phantasiebegriff)
- der Organismus scheidet Endprodukte des Stoffwechsels über Niere, Darm, Lunge oder Haut aus
- je nach Art und Weise der Werbeaussage: verbotener Krankheitsbezug und/oder Irreführung

JEDOCH: OLG München, 2006 „aus Sicht des Verbrauchers gibt es den Begriff der „Ver- bzw. Entschlackung“

ob dies naturwissenschaftlich die richtige Bezeichnung ist, kann aus Sicht des Gerichts dahinstehen.

Übersäuerung durch falsche Ernährung 1

„Das Problem“:

- Lebensmittel beeinflussen den Säure-Basen-Haushalt
- insbesondere bei einer westlichen orientierten Ernährungsweise entsteht ein Überfluss an Säuren, mit dem der Körper nicht fertig wird: zu viel Fleisch (Proteine), zu wenig Obst und Gemüse
- der Körper übersäuert
- Kopfschmerzen, Adipositas, Verdauungsprobleme, Erschöpfung und Müdigkeit, Cellulite usw. sind die Folge

Übersäuerung durch falsche Ernährung 2

„Die Lösung“:

- Zufuhr von basischen Salzen: Na-/Ca-Salze
- basische Kräutertees
- Korallensalze zur Remineralisierung des Körpers
- Angebot vor allem in Form von Nahrungsergänzungsmitteln, Kaiser-Natron, Bullrich-Salz, teilweise auch als Badezusätze
- ergänzend dazu: pH-Papier zur pH-Wert-Überprüfung des Urins

Übersäuerung durch falsche Ernährung 3

Der Haken:

- Lebensmittel beeinflussen zwar den Säure-Basen-Haushalt
- **aber:** die gesunde Niere ist bestens in der Lage, mit dem Säure-Überschuss klar zu kommen - selbst bei einer eiweißreichen Diät
- anders bei krankhafter Azidose: dann aber helfen auch Basen nichts – Lebensmittel dienen nicht der Heilung von Krankheiten
- je nach Art der Werbeaussage: verbotener Krankheitsbezug und/oder Irreführung
- **außerdem:** pH-Wert Überprüfung des (Morgen-)Urins gibt keine verlässliche Auskunft über das Säure-Base-Gleichgewicht des Körpers

„Beauty Food“ 1

„Das Problem“:

- Runzeln, Falten, Cellulite & Co
- die Übeltäter: freie Radikale schädigen die Zellen, so auch die Hautzellen
- UV-Strahlung
- Ziel einer Verbesserung der Hautgesundheit
- Nährstoffzufuhr durch herkömmliche Lebensmittel nicht mehr gewährleistet?

„Beauty Food“ 2

„Das Lösung“:

- Antioxidantien gegen die zellschädigende Wirkung freier Radikale
- Vitamine: vor allem E und C und beta-Carotin („Sonnenschutz von Innen“)
- „Mikronährstoffe“: denn die Haut ist der Spiegel der Ernährungsweise
- Omega-3-Fettsäuren: gegen trockene Haut

„Beauty Food“ 3

Der Haken:

- es mögen im Einzelfall dermatologische Effekte bestehen – in der Fachwelt gelten die Wirkungen eher als moderat
- generelles Problem: „viel hilft viel“ kann zum Boomerang werden, denn Radikal-Fänger können ggfs. auch Radikale erzeugen
- Hinweise auf gesundheitsschädigende Einflüsse von Nährstoffkonzentraten, Vitamine etc. mehren sich
- Effekte sehr subjektiv: daher schwer zu widerlegen (ähnlich den Nachweisansprüchen bei Kosmetika)

VG Frankfurt/Oder, 2008: „Anti-Aging-Bier“

„Schön trinken mit Anti-Aging-Bier?“

Bierspezialität mit Sole, Spirulina-Algen und Quercitin

„Anti-Aging-Bier [...] das Bier soll einen kleinen Beitrag zum körperlichen Wohlbefinden leisten, die Uhr des Lebens kann es jedoch nicht anhalten.“

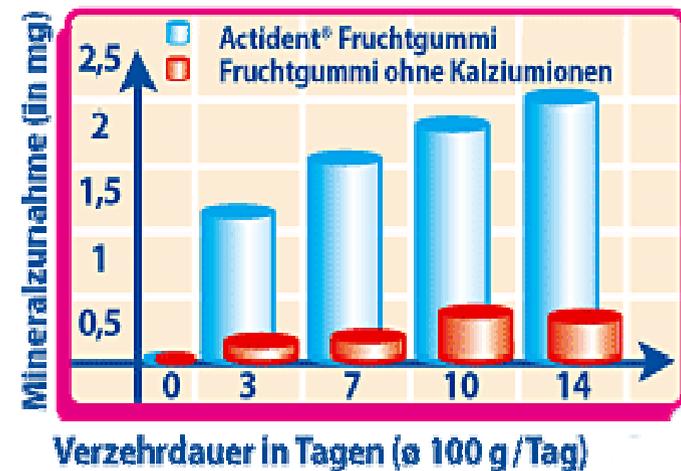
dazu das VG Frankfurt/Oder, 2008:

„... ein verständiger Verbraucher werde durch diese Bezeichnung nicht ernsthaft zu der abwegigen Annahme verleitet, dass das Bier den Alterungsprozess erheblich verzögern könne. [...] Vielmehr handle es sich hierbei um eine Modebezeichnung innerhalb des allgemeinen Wellness-Trends.“

„Mit Gummibärchen gegen Karies“

„Die leckeren Fruchtgummis enthalten Kalzium in ionisierter Form – also als kleinste Teilchen, die sich sehr gut im Zahnschmelz einlagern können. Zusammen mit dem natürlich vorhandenen Phosphat im Speichel bilden die Kalziumionen Zahnmineral und stärken so den Zahn.“

- belegt durch klinische Studien
- Verzehr von 100 g Fruchtgummi pro Tag !!!
- **LG Nürnberg 2008:** fehlende Hinweispflichten nach HCVO
- Verbot mit Verabschiedung der Gemeinschaftsliste?



Zukunftsmusik: „Joghurt gegen das Vergessen“?

- Danone forscht nach ersten Pressemitteilungen an einem „**Milchgetränk gegen Alzheimer**“ mit Namen „**Souvenaid**“
- **Inhaltstoffe:** Uridin-Monophosphat, Cholin, Phospholipide, B-Vitamine, omega-3-Fettsäuren, Antioxidantien
- eine eigens durchgeführte randomisierte, doppelblinde Pilotstudie mit 212 Patienten mit leichter Alzheimer-Erkrankung zeigt positive Ergebnisse – weitere Studien sollen folgen
- Markteinführung des Produkts ist für Herbst 2010 geplant
- Hürden des Zulassungsverfahrens nach HCVO?

Fazit

- Grenzen zwischen Lebensmittel und Arzneimitteln verschwimmen
- Markt und Werbewirtschaft wissen die gesetzlichen Regularien zu umgehen
 - Internetwerbung macht vieles möglich
 - Formulierungen/Wörter, die wissenschaftlich gar nicht nachprüfbar sind, wie „belebend“, „vitalisierend“, „sie fühlen sich schöner“
 - Schaffung neuer Bedürfnisse/Möglichkeiten, z.B. Beauty Food
 - scheinbar ist gegen alles ist „ein Lebensmittel gewachsen“, z.B. unkonzentrierte Kinder, runzelige Haut, Ermüdung
 - Schaffung von „Pseudo-Krankheitsbildern“: z.B. Verschlackung
- Zulassungsverfahren gesundheitsbezogener Angaben verspricht mehr Klarheit auf dem Markt - also Geduld
- Gesundheitswerbung bei Lebensmitteln ist stets mit einer gesunden Portion Skepsis zu genießen