

Hautstraffender Collagen-Drink?

Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln dürfen nicht mit gesundheitsbezogenen Angaben werben

Der Fernsehsender Home Shopping Europe "berichtete" in der Sendung "Beauty & Me" über "Pro Vita Collagendrink", d.h. er machte Reklame dafür. Es handelt sich um ein Kombinationspräparat aus Kollagenpeptiden (Wirkstoff Verisol), Hyaluronsäure, Biotin, Zink, Selen und Vitamin A, mit angeblich ganz tollen Wirkungen auf die Haut.

Die Moderatorinnen lobten das Produkt folgendermaßen: "Das ist tatsächlich Collagenstraffung von innen nicht nur fürs Gesicht". "Sie können hier tatsächlich die gesamte Körperhaut sichtbar straffen". " hier hat man festgestellt, wir gehen auf `ne Steigerung der Collagenproduktion von 65%".

Ein Verein gegen unlauteren Wettbewerb — der die gewerblichen Interessen seiner Mitgliedsunternehmen vertritt, darunter Kosmetik- und Arzneimittelproduzenten — verklagte den Hersteller des "Collagendrinks" auf Unterlassung: Zum einen führe die Reklame Verbraucher in die Irre, weil die angepriesene Wirkung wissenschaftlich nicht bewiesen sei. Zum anderen sei gemäß EU-Recht Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben zu Lebensmitteln verboten.

Das Oberlandesgericht Karlsruhe ließ zwar durchblicken, dass es die Werbung ebenfalls für irreführend hält, befasste sich aber gar nicht erst mit diesem Vorwurf (6 U 90/17). Der Verweis auf die "Health-Claims-Verordnung" der Europäischen Union genüge hier. Sie verbiete jede Angabe, mit der direkt oder indirekt zum Ausdruck gebracht werde, dass der Verzehr eines Lebensmittels den Gesundheitszustand des Konsumenten verbessere.

So ein Zusammenhang sei in der Reklamesendung hergestellt worden, auch wenn kein medizinisches Vokabular benutzt wurde. Eine Moderatorin habe den "lebenslangen Aufbau und Abbau von Kollagen" erläutert und betont, dass mit dem Drink das "wichtige Stützgerüst der Haut" aufgenommen und so in den "tieferen Hautschichten die Collagenproduktion angekurbelt" werde. Zumindest indirekt sei damit eine Wirkung des "Collagendrinks" auf das Bindegewebe umschrieben.

Das mit dem "Collagendrink" aufgenommene Kollagen steigere angeblich die körpereigene Kollagenproduktion und polstere dadurch die Haut "von innen" heraus auf. Als Ergebnis werde die Haut auch da gestrafft, wo Hautunebenheiten oder altersschlaffe Haut die Optik beeinträchtigten. Es werde also eine positive Wirkung auf Prozesse im menschlichen Körper behauptet — so verstehe das jedenfalls der durchschnittlich informierte Zuschauer.

Schließlich habe die Reklame auf Tests dermatologischer Institute hingewiesen und betont, die Schönheitswirkung des "Collagendrinks" sei wissenschaftlich untermauert — mit zweifelhaften Belegen. Der Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller müsse diese Art Werbung unterlassen.

Quelle: <http://www.onlineurteile.de/urteil/hautstraffender-collagen-drink>