

# Tätigkeitsbericht 2017

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>I.</b>	<b>Vorwort</b>	1
<b>II.</b>	<b>Rückblick auf das Jahr 2017</b>	
1.	Aktuelle Rechtsentwicklungen	3
1.1	Problemkreis: Rückholpflicht als Teil des wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs	3
1.2	Problemkreis: Werbeangabe „DETOX“	5
2.	Schwerpunkte der Tätigkeit	7
<b>III.</b>	<b>Aus der Tätigkeit im Einzelnen</b>	
1.	Arzneimittelwerbung	9
2.	Irreführende Werbung	10
2.1.	Allgemeine Irreführung	10
2.2.	Alleinstellungswerbung	15
3.	Kosmetische Mittel	16
4.	Lebensmittelwerbung	17
4.1.	Allgemeine Lebensmittelwerbung	17
4.2.	Diätetische Lebensmittel / Bilanzierte Diäten	22
4.3.	Nahrungsergänzungsmittel (NEM)	23
4.4.	Neuartige Lebensmittel (Novel Food)	81
5.	Schlankheitsmittelwerbung (Verantwortung gemäß Art. 8 LMIV)	82
6.	Medizinprodukte	85

---

Herausgeber:

Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft e.V., Sitz München  
Schwanthalerstraße 110, 80339 München ☎ (089) 540 56 150  
[www.schutzverband-muenchen.de](http://www.schutzverband-muenchen.de)

Verantwortlich für den Inhalt: Michael Weidinger, 1.Vorsitzender

Schutzgebühr: 10,-- €

© Schutzverband 2018



## I. Vorwort

*"Ich denke, die wichtigste Anerkennung ist,  
dass wirtschaftlich Handelnde menschlich sind."*

Richard Thaler, Preisträger des Wirtschafts-Nobelpreises 2017

Wäre es nach Alfred Nobel gegangen, hätte der US-amerikanische Wirtschaftswissenschaftler Richard Thaler den Nobelpreis nie bekommen. Denn dem Chemiker, Stifter und Namensgeber Nobel waren die Wirtschaftswissenschaften nie ganz geheuer. Demzufolge hielt er auch keinen in dieser Branche forschender Wissenschaftler für würdig, den Nobelpreis zu tragen und Nobel hat die Wirtschaftswissenschaften nicht in seinem Testament bedacht. Die Schwedische Reichsbank hat den Ehrenpreis, der auch inoffizieller Nobelpreis genannt wird, nachträglich gestiftet.

Eines von Thalers Verdiensten ist es, dass er typische Verhaltensmuster von uns Menschen aufdeckt. So erklärt er etwa, warum wir fast alle zwar langfristige Pläne machen, aber dennoch oft kurzfristige Entscheidungen treffen. Der Grund ist denkbar simpel: Die meisten Menschen haben Angst vor finanziellen Verlusten. Beispiel: Rational gesehen sind Aktien gute Anlageformen, denn sie erzielen langfristig gute Renditen. Kurzfristig muss ein Anleger mit finanziellen Verlusten rechnen. Das langfristige Plus, so Thaler, macht das kurzfristige Minus aber nicht wett.

Handeln wir Unternehmer, die wir uns im Schutzverband zusammengeschlossen haben, also untypisch? Denken wir nur mal an die Planung des Geschäftsjahres. Langfristiges Denken ist unser täglich Brot! Und mit finanziellen Verlusten müssen wir immer rechnen. Wäre die Angst davor übermächtig, wären wir keine Unternehmer.

Sehen wir uns ein wahres Unternehmergenie an. Den reichsten Mann, der bisher gelebt hat. Dessen Vermögen auf die heutige Kaufkraft umgerechnet rund 400 Milliarden Dollar betrug. Die Rede ist von Jakob Fugger, auch Jakob „der Reiche“ genannt. Angst vor finanziellen Verlusten mag er gehabt haben. Aber das hielt ihn nicht davon zurück, auch Risiken einzugehen und zu spekulieren. Im 21. Jahrhundert würde man Fugger vielleicht Jakob „der Netzwerker“ nennen. Denn auch darauf gründet sein beispielloser wirtschaftlicher Erfolg: Fugger baute Kontakt zu den passenden Personen auf, bewegte sich in den richtigen Kreisen und wusste seine Verbindungen richtig einzusetzen. Er konnte sich auf seine Kontakte verlassen.

Gerade für kleinere und mittelständische Unternehmen sind die richtigen Kontakte unabdingbar. Der Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft ist einer davon. Denn mit uns als stärkender Kraft im Rücken ist die Chancengleichheit hergestellt. Und damit gleiche Wettbewerbsbedingungen. Ein Mann wie Jakob Fugger konnte es sich leisten, Kaiser Karl V. höchstpersönlich abzumahnern. So forderte der Kaufmann und Tuchhändler im Jahr 1523 den mächtigsten Mann

des Abendlandes geradeheraus auf, das Fuggersche Darlehen zurückzuzahlen, und zwar „zusammen mit den allfälligen Zinsen aufgerechnet und ohne weiteren Aufschub“. Kein normal Sterblicher hätte dies sonst gewagt.

*„Wettbewerbsfähige Unternehmen schaffen und erhalten Arbeitsplätze und damit Einkommensmöglichkeiten und Teilhabe für ihre Beschäftigten.“*

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Jahreswirtschaftsbericht 2017

Die Ständeordnung ist längst abgeschafft. Zumindest in der westlichen Welt. Und dennoch übersteigt der Einfluss manch gesellschaftlicher Gruppen den Einfluss anderer um ein Vielfaches. Hier tritt der Schutzverband dazwischen. Neutral und objektiv. Wie wichtig die Wettbewerbsfähigkeit ist, zeigt das Zitat aus dem Jahreswirtschaftsbericht 2017. Ohne Wettbewerb keine Arbeitsplätze und kein Einkommen. Doch kein Mittelständler muss vor einem milliardenschweren Konzern buckeln. Den Beweis halten Sie mit diesem Tätigkeitsbericht in den Händen.

Zufrieden und dankbar blicke ich auf das vergangene Jahr des Schutzverbandes. Optimistisch und zuversichtlich blicke ich auf das kommende Jahr. Denn laut Bundesministerium für Wirtschaft und Energie befindet sich „die deutsche Wirtschaft (...) in einer sehr guten Verfassung. Im Jahr 2016 ist das Bruttoinlandsprodukt um preisbereinigt 1,9 Prozent und damit so stark wie seit 2011 nicht mehr gestiegen.“ Das Ministerium geht davon aus, dass sich die gute wirtschaftliche Lage fortsetzt.

Auch der Schutzverband wird seine Arbeit fortsetzen, frei und fair. Darauf freue ich mich. Sowohl kurz- als auch langfristig.



Michael N. Rosenheimer  
1. Vorsitzender

## **II. Rückblick auf das Jahr 2017**

### **1. Aktuelle Rechtsentwicklungen**

#### **1.1 Problemkreis: Rückholpflicht als Teil des wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs**

Früher war die Welt einfach. Da galt noch der Grundsatz: Was draußen ist, ist draußen. Soweit also ein Unternehmen etwa wegen des Vertriebs nicht verkehrsfähiger Ware oder einer unzulässigen Angabe auf der Verpackung abgemahnt worden ist, galt ab sofort eine Doppelstrategie: Auf die Rechtsverteidigung allein konnte und wollte man nicht setzen, da oftmals im Hinblick auf weiträumige Termine zur mündlichen Verhandlung die Klärung der entscheidenden Rechtsfragen nicht kurzfristig zu erhalten war. Der Markt verträgt aber keine langfristigen Schwebezustände, sondern kontinuierliche und zuverlässige Beschaffungsmöglichkeiten. Insoweit glaubten sich viele Unternehmen gut beraten, wenn sie ihren Warenvorrat einem dritten Unternehmen zur Verfügung stellten, welches dann die Verteilfunktion als rechtlich selbstständiges Unternehmen ausführen konnte.

Im Berichtsjahr hat der BGH mit Beschluss vom 27.04.2017 (GRUR-RR 2017, 416) ausgerechnet ein Bestrafungsverfahren zum Anlass genommen, plötzlich nachhaltig solchen „Umtrieben“ einen massiven Riegel vorzuschieben. Nach Auffassung des BGH bedeutet ein „Unterlassen“ nicht nur ein „Nichtstun“ im Sinne eines Einstellens weiterer Vertriebshandlungen. Vielmehr kann bei andauernden Störungszuständen auch die Beseitigung des Verletzungszustandes verlangt werden. Und dies kann sehr weit gehen! So hatte das OLG München in der Entscheidung „RESCUE TROPFEN“ (GRUR-RR 2013, 03108) die Schuldnerin auf Antrag der Gläubigerinnen unter Androhung von Ordnungsmitteln verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr als Spirituosen gekennzeichnete Produkte unter der Bezeichnung „RESCUE TROPFEN“ und/oder „RESCUE NIGHT SPRAY“ zu bewerben und/oder zu vertreiben. Wegen angeblich vorsätzlicher Verstöße gegen die Unterlassungsverpflichtung haben die Gläubigerinnen die Schuldnerin verklagt und beantragt, ein Ordnungsgeld in Höhe von immerhin EUR 105.000 zu verhängen. Die Produkte waren nämlich zu einem späteren Zeitpunkt immer noch in Apotheken erhältlich.

Die rechtsdogmatische Schwierigkeit lag vor allem darin, dass - wie auch § 8 Abs. 1 UWG zeigt - grundsätzlich zwischen einem Unterlassungsanspruch und einem Beseitigungsanspruch zu unterscheiden ist. Im Rahmen der einstweiligen Verfügung kann nach ständig herrschender Auffassung nur ein Unterlassungsanspruch verfolgt werden. Dabei gilt auch noch der Grundsatz, dass eine einstweilige Verfügung auf Unterlassen nicht die Hauptsache als solche vorwegnehmen darf.

Im obigen Fall der „RESCUE TROPFEN“ hat das Landgericht München I zunächst den Ordnungsmittel-Antrag auf der Basis der früheren Rechtsauffassung zurückgewiesen. Die Apotheken, die weiterhin die weiterhin die RESCUE-Erzeugnisse vertrieben, seien auch rechtlich eigenständige Unternehmen. Entsprechend der (leider üblichen) Tendenz der Rechtsprechung wurde aber das an den Staat zu zahlende Ordnungsgeld auf EUR 45.000 herabgesetzt, da von einem einheitlichen Tatvorsatz ausgegangen wurde. Die hiergegen gerichtete Anhörungsrüge zum BGH hatte keinen Erfolg. Der BGH beruft sich auf die Feststellung des Beschwerdegerichts. Danach habe die Gefahr bestanden, dass die von der Schuldnerin ausgelieferten Produkte weiterhin von den Apotheken vertrieben werden.

Schon ein Jahr zuvor (GRUR-Prax 2017, 50) stellte der BGH ausdrücklich fest, dass der Unterlassungstenor einer Rückrufpflicht enthält. Der Schuldner ist verpflichtet, „im Rahmen des Möglichen und Zumutbaren auf Dritte einzuwirken“, soweit dies zur Beseitigung des Störungszustandes erforderlich ist. Ist der Vertrieb eines Produktes untersagt, hat der Schuldner grundsätzlich durch einen Rückruf gegenüber allen seinen Abnehmern dafür zu sorgen, dass das Produkt von diesen nicht weiter vertrieben wird. Die Verpflichtung des Schuldners, seine Abnehmer von der Rechtswidrigkeit des Herstellerverhaltens zu informieren und diese zu einer Rücksendung der Ware zu bewegen, gleicht einem „Gang nach Canossa“. Diese Verpflichtung des BGH ist deswegen so kritisch, weil hier viel Vertrauen zwischen Hersteller und Vertreiber zerstört wird.

Auch wenn das Gegenteil emotional verständlich erscheint, ist doch dringend dem Schuldner zu raten, bei der Information der Verkäufer keinerlei herabsetzende oder verunglimpfende Darstellungen zu verwenden. Das Rückrufschreiben ist daher informierend und neutral zu halten und muss unmissverständlich als Rückruf verstanden werden können.

Es verwundert nicht, dass der BGH mit seiner verschärfenden Rechtsprechung auch erhebliche Kritik hervorrief. Die höchstrichterliche Rechtsprechung wird aber nicht etwa zurückgenommen, sondern im Laufe der Zeit allenfalls modifiziert. In einem weiteren Urteil aus dem Berichtsjahr (GRUR 2017, 823) ging es um eine Unterlassungserklärung. Auch hier setzte der BGH seine harte Linie fort. Danach setze die Rückrufverpflichtung nicht voraus, dass dem Unterlassungsschuldner gegen seine Abnehmer rechtlich durchsetzbare Ansprüche auf Unterlassung der Weiterveräußerung oder auf Rückgabe zustünden. In dem Fall hatte die Beklagte vor Abgabe der Unterlassungserklärung die wettbewerbswidrige Ware bereits unter Eigentumsvorbehalt abverkauft. Sie unternahm allerdings nichts, um ihre Abnehmer vom Weiterverkauf abzuhalten. Unter Hinweis auf die „Vornahme möglicher zumutbarer Handlungen zur Beseitigung des Störungszustandes“ vertrat der BGH die Auffassung, auch in diesem Fall müsse der Schuldner durch einen Rückruf dafür sorgen, dass bereits ausgelieferte Produkte nicht weiter vertrieben werden.

Bei vertraglichen Regelungen (hier Abgabe von Unterlassungserklärungen) hat man es bekanntlich selbst in der Hand, wie das zu regelnde Verhältnis im Einzelnen strukturiert wird. Für den Gläubiger sieht das „scharfe Schwert“ einer Rückholverpflichtung zunächst vorteilhaft aus. Allerdings gibt es bekanntlich den Schadensersatzanspruch des § 945 ZPO für den Fall, dass eine einstweilige Verfügung wieder aufgehoben wird. Sollte hier der Schuldner bereits mit Rückholanstrengungen begonnen haben, so fällt dies in den Umfang des Schadensersatzes, den dann der Gläubiger zu leisten hätte. Kann der Gläubiger, um dies zu vermeiden, bei einem Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gleich darauf hinweisen, dass der Unterlassungsanspruch nicht den Rückholanspruch umfasst? Oder noch wichtiger: Stellt es einen Anwaltsfehler dar, wenn künftig eine Unterlassungserklärung abgegeben wird, ohne die Rückholverpflichtung auszuschließen? Im umgekehrten Verhältnis lautet die Kardinalfrage: Muss ein Unterlassungsgläubiger die ihm angebotene Unterlassungserklärung ohne Rückholverpflichtung überhaupt annehmen? Nach ständiger Rechtsprechung muss eine Unterlassungserklärung vollständig, ernsthaft und bedingungslos abgegeben werden. Die Rückholverpflichtung ist so ein Teil der Unterlassungsverpflichtung. Kann jetzt ein solch wichtiger Teil der Unterlassungsverpflichtung einfach von Seiten des Schuldners im Rahmen seiner Unterlassungserklärung „ausgeschnitten“ werden mit der Folge, dass der Gläubiger diese Erklärung annehmen muss?

Leider sind dies vollkommen offene Fragen!

Noch im Berichtszeitraum nahm der BGH dann in seiner Entscheidung „Produkte zur Wundversorgung“ vom 11.10.2017 (I ZB 96/16) zu den Handlungspflichten eines Schuldners bei einer Unterlassungstenorierung im einstweiligen Rechtsschutzverfahren Stellung. Zunächst bleibt die Rückrufverpflichtung bei einem Unterlassungstenor aufrechterhalten. Der BGH zieht allerdings im Hinblick auf das Tatbestandsmerkmal „im Rahmen des Möglichen und Zumutbaren auf Dritte einzuwirken“ nunmehr engere Grenzen. Danach soll eine Rückrufverpflichtung in dem für Wettbewerbsverfahren wichtigen einstweiligen Verfügungsverfahren nur noch bei Vorliegen „besonderer Umstände“ immanent sein. Insofern ist eine Interessenabwägung vorzunehmen, wobei für die Rückholpflicht die Interessen des Schuldners diejenigen des Gläubigers deutlich überwiegen müssen. Was das wiederum im Einzelnen heißen soll, bleibt wiederum offen!

Rein terminologisch wird wohl zwischen einer Rückholverpflichtung und einer Rückrufverpflichtung zu unterscheiden sein. Danach verbleibt es für den Unterlassungsschuldner, seine Abnehmer aufzufordern, die beanstandeten Erzeugnisse nicht weiter zu vertreiben. Dass dies in der Praxis zu einem Stopp des Weitervertriebs führt, dürfte aber ebenso klar sein.

Die BGH-Entscheidung „Produkte zur Wundversorgung“ hat somit eine neue und für das einstweilige Verfügungsverfahren eingeschränkte Sicht des BGH ergeben. Die oben angesprochenen offenen Punkte harren jedoch noch der (dringenden) Klärung.

## 1.2 Problemkreis: Werbeangabe „DETOX“

Der Megatrend „Gesundheit“ ist bereits seit einiger Zeit auch in Deutschland in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Die Gefahr von stressbedingten Erkrankungen wie Burnout wird immer mehr Menschen mit hohen beruflichen und/oder privaten Belastungen bewusst. Für viele wird daher das persönliche Gesundheitsmanagement zur Schlüsselkompetenz – Gesundheit als Lifestyle! Hierbei spielt neben ausreichend Bewegung und Entspannung insbesondere die bewusste und gesunde Ernährung eine zentrale Rolle und rückt so immer mehr in den Focus der Konsumenten. Die Nahrungsaufnahme dient nicht mehr nur dem veralteten Zweck den Hunger zu stillen, sondern wird vielmehr zur Selbstverwirklichung des Einzelnen.

Um die Aufmerksamkeit der gesundheitsbewussten Konsumenten zu gewinnen, versucht natürlich auch die Lebensmittelindustrie mit diesem Trend mitzuhalten. So haben sich Begriffe wie „Superfood“, „LowCarb“, „Clean Eating“ und „Detox“ längst in den Marketingabteilungen etabliert.

Insbesondere die Bezeichnung „Detox“ erfuhr nicht nur in der Kosmetikbranche sondern auch im Bereich der Lebensmittel einen regelrechten Boom. So war es nur eine Frage der Zeit bis sich auch die Gerichte mit diesem Begriff auseinandersetzen mussten.

Mit der Frage, was die Verbraucher unter „Detox“ als Bezeichnung für einen Kräutertee verstehen und wie der Begriff lebensmittelrechtlich zu qualifizieren ist, hatte sich (nach diversen Land- und Oberlandesgerichten) in dem Berichtsjahr nun auch der BGH zu beschäftigen.

Gingen beispielsweise das Landgericht Lüneburg und das Landgericht Hof noch davon aus, dass mit der schlagwortartigen Bezeichnung „Detox“ für einen Kräutertee nur der allgegenwärtige Wellnessstrend aufgegriffen und vom Durchschnittsverbraucher lediglich als Bezeichnung für ein modisches

Lifestyle-Produkt verstanden würde, welches sich in eine Vielzahl anderer auf dem Markt befindlicher „Detox“-Produkte und -Angebote wie „Detox“-Gesichtsmasken, „Detox“-Diäten, „Detox“-Cremes, „Detox“-Kuren oder „Detox“-Sport einreihe (vgl. *LG Lüneburg, Urteil v. 04.06.2016, Az. 11 O 30/14*; *LG Hof, Urteil v. 17.02.2016, 1 HKO 22/15*), beendete der BGH mit seinem Hinweisbeschluss vom 29.03.2017 die Versuche, den Begriff „Detox“ als Werbeschlagwort für vermeintliche Wellness-Lebensmittel zu etablieren (vgl. *BGH, Beschl. v. 29. 3. 2017, I ZR 71/16 - BeckRS 2017, 112328*).

Der BGH stellte fest, dass Verbraucher mit „Detox“ weder Wellness noch Lifestyle verbinden, sondern darin eine entschlackende oder entgiftende Wirkung sehen. Er schloss sich damit im Ergebnis der Rechtsauffassung des Oberlandesgerichts Celle als Vorinstanz sowie den Oberlandesgerichten Düsseldorf und Bamberg, die ebenfalls bereits mit dieser Frage befasst waren, an (vgl. *OLG Celle, Urteil v. 10.03.2016, Az. 13 U 77/15 - BeckRS 2016, 07402*; *OLG Düsseldorf, Urteil v. 15.03.2016, Az. 20 U 75/15 - BeckRS 2016, 10352*; *OLG Bamberg, Urteil v. 29.06.2016, Az. 3 U 32/16 - BeckRS 2016, 105981*).

So führte der BGH aus, dass „Detox“ nicht als „wolkiges Lifestyle-Wort“ angesehen werde, welches insoweit nicht über eine allgemein werbliche Anpreisung hinausginge, sondern vielmehr im Sinne einer Entschlackung oder Entgiftung verstanden werde. Wie das Oberlandesgericht Celle zutreffend festgestellt habe, würde sich der tatsächliche Bedeutungsgehalt des Begriffs „Detox“ dem Verbraucher aufgrund der Kombination der Silben „De“ und „tox“ erschließen, wobei bei der Schlussilbe „tox“ ein Zusammenhang mit Begriffen wie „Toxin“ oder „toxisch“ nahe liege, die selbst ohne nähere Fremdsprachenkenntnisse im Deutschen geläufig seien und sich auf Gifte bezögen. Mit der Vorsilbe „De“ werde der Bedeutungsgehalt einer Verringerung oder Herabsetzung verknüpft. Damit läge eine gesundheitsbezogenen Angabe im Sinne des Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO vor.

Es handle sich bei „Detox“ auch nicht lediglich um einen Verweis auf allgemeine, nicht spezifische Vorteile für die Gesundheit im Allgemeinen oder das gesundheitsbezogene Wohlbefinden im Sinne von Art. 10 Abs. 3 HCVO, sondern um eine *spezielle* gesundheitsbezogene Angabe im Sinne von Art. 10 Abs. 1 HCVO. Für die Abgrenzung zwischen speziellen und nicht spezifischen gesundheitsbezogenen Angaben komme es darauf an, ob mit der Angabe ein unmittelbarer Wirkungszusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder einem seiner Bestandteile und einer Funktion des menschlichen Organismus hergestellt wird, dessen wissenschaftliche Absicherung in einem Zulassungsverfahren gemäß der HCVO überprüft werden kann. Die Angabe „(zur) Entgiftung“ enthalte – nicht anders als etwa auch die Aussagen „Zur unterstützenden Vorbeugung gegen Wassereinlagerungen“ (vgl. *BGH, Urt. v. 17. 1. 2013, Az. I ZR 5/12, GRUR 2013, 958 – Vitalpilze*) und „Zur Unterstützung der Konzentrationsfähigkeit“ (vgl. *BGH, Urt. v. 10. 12. 2015, Az. I ZR 222/13, GRUR 2016, 412 – Lernstark*) – eine Aussage über spezielle physiologische Wirkungen, die als solche messbar und damit hinreichend spezifisch und wissenschaftlich nachweisbar sei. Mit der Bezeichnung „Detox“ werde dem Lebensmittel aus der Sicht der angesprochenen Konsumenten damit eine ganz spezielle Wirkung auf den menschlichen Organismus zugeschrieben.

Diese Auffassung bestätigte der BGH in einem weiteren Beschluss vom 06.12.2017 (vgl. *Beschl. v. 6. 12. 2017, I ZR 167/16 - BeckRS 2017, 137904*).

Nicht erst mit dieser Entscheidung zeigt sich, dass die lebensmittelrechtliche Rechtsprechung dazu tendiert „im Zweifel“ eine gesundheitsbezogene Angabe als *spezifisch* und damit zulassungspflichtig



einzuordnen. Die Feststellungen des BGH sind insoweit konsequent und dienen zweifelsohne dem Schutz der Verbraucher. Ob hier neben den Interessen der Verbraucher aber auch die Interessen der Lebensmittelunternehmen angemessen berücksichtigt werden, ist durchaus zu hinterfragen.

Indem der BGH die Angabe „Detox“ als spezifische gesundheitsbezogene Angabe qualifiziert, ist sie gemäß der HCVO grundsätzlich rechtswidrig und im Falle ihrer Nichtzulassung per se verboten. Unspezifische gesundheitsbezogene Angaben, also diejenigen, die auf allgemeine, nicht spezifische Vorteile für die Gesundheit im Allgemeinen oder das gesundheitsbezogene Wohlbefinden abzielen und welche aufgrund ihrer allgemeinen, nichtspezifischen Formulierung nicht Gegenstand eines Zulassungsverfahrens sein können, sind hingegen gemäß Art. 10 Abs. 3 HCVO dann zulässig, wenn ihnen eine zugelassene spezifische gesundheitsbezogene Angabe beigelegt ist.

Ein spezifischer Wirkungszusammenhang zwischen einem Bestandteil des beworbenen Lebensmittels und einer bestimmten Funktion des menschlichen Organismus ist der Angabe „Detox“ so jedenfalls nicht zu entnehmen. Der Vorgang des Entgiftens kann keinem speziellen körperlichen Vorgang zugeordnet werden, sodass in einem etwa durchzuführenden Zulassungsverfahren auch kein spezieller Wirkungszusammenhang zwischen dem Produkt oder einem seiner Bestandteile und einer bestimmten, hierdurch beeinflussten und der angesprochenen „Entgiftung“ zuzuordnenden Körperfunktion nachgewiesen werden könnte. Dass der vom BGH in seiner bisherigen Rechtsprechung geforderte Bezug zu einer konkreten Körperfunktion (vgl. *BGH, Beschl. v. 12.3.2015, Az. I ZR 29/13 – GRUR 2015, 611 – RESCUE-Produkte; BGH, Urt. v. 10.12.2015, Az. I ZR 222/13 GRUR 2016, 412 – Lernstark*) nunmehr durch die „Annahme speziell messbarer physiologischer Wirkungen“ ersetzt werden könne, ist zumindest fragwürdig, da physiologische Wirkungen gerade keinen Wirkzusammenhang beschreiben.

Nichtsdestotrotz wurde mit der Entscheidung des BGH der Bezeichnung „Detox“ als Werbeschlagwort für Lebensmittel eine klare Absage erteilt. Ob damit allerdings das letzte Wort gesprochen ist, bleibt abzuwarten. Da das Verkehrsverständnis von „Detox“ in anderen Mitgliedstaaten der EU anders und deutlich liberaler sein kann, könnte ein grenzüberschreitender Sachverhalt, der seinen Weg zum EuGH findet, durchaus anders ausfallen.

Ein Ende des derzeitigen „Gesundheits-, Fitness- und Wellnesstrends“ ist jedenfalls nicht absehbar, sodass es für die Marketingabteilungen der Lebensmittelunternehmen weiter heißt, sich am schmalen Grat zwischen zulässiger schlagwortartiger Wellness- bzw. Lifestyle-Angabe ohne sachlichen Aussagegehalt und einer für Lebensmittel grundsätzlich verbotenen gesundheitsbezogenen Angabe entlang zu hangeln.

## **2. Schwerpunkte der Tätigkeit**

Auch in diesem Berichtsjahr lag der Schwerpunkt der Tätigkeit in der Verfolgung rechtswidriger Werbeaussagen rund um die sogenannten „Gesundheitsprodukte“. Dies betrifft vor allem Nahrungsergänzungsmittel, ergänzend bilanzierte Diäten und Medizinprodukte. Insbesondere die beiden letztgenannten Produktkategorien sind bei den Unternehmen sehr beliebt, weil sie in der Werbung größere Spielräume zulassen. Allerdings halten sich nicht alle Werbenden an die hierfür geltenden Regeln.

Insbesondere die Vorschriften der sogenannten Health-Claims-Verordnung (HCVO) zeigen vielfache Nichtbeachtung. Es gilt allerdings ein strenges Verbot mit Erlaubnisvorbehalt als neue Rechtsregel, die unbedingt zu beachten ist. Entscheidend kommt es auch auf das Verbot der krankheitsbezogenen Werbung für Lebensmittel (allgemein einschließlich Nahrungsergänzungsmittel) an.

Vielfach gehen die Unternehmen mit dem erforderlichen wissenschaftlichen Wirknachweis für ergänzend bilanzierte Diät und Medizinprodukte sehr nachlässig um. Das Vorliegen entsprechender Studienergebnisse zum Zeitpunkt des Inverkehrbringens (!) ist vielfach nicht gegeben.

Nachdem 2008 die sogenannte „black list“ („Schwarze Liste“) der UGP-Richtlinie in das UWG mit einer Anhang-Lösung eingeführt worden ist, kann nun nach zehn Jahren festgestellt werden, dass jedenfalls in der Praxis des Schutzverbandes diese Liste bei den Gerichten kaum eine bis gar keine Rolle spielt. Hier wurde wieder einmal mit großem Aufwand zunächst einmal ein rechtliches Kunststück der Einordnung anders „gestrickter“ europäischer Normeninhalte in das unterschiedlich gewachsene UWG erforderlich. Die dort aufgeführten per-se-Verbote mögen eine Leitlinie vermitteln, praxisrelevant sind sie jedoch nicht. Es bleibt bedauerlich, dass das deutsche UWG mit solchen europäischen Vorgaben umgehen muss.

### III. Aus der Tätigkeit im Einzelnen

#### 1. Arzneimittelwerbung

- 1.1 Arzneimittel werden vom Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) mit einem bestimmten Indikationsgebiet zugelassen. Ausweislich der Fachinformation lautete das Anwendungsgebiet für das nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel T.

*„Zur lindernden Behandlung von kleinflächigen, oberflächlichen, wenig nässenden Wunden mit bakterieller Superinfektion mit Tyrothricin-empfindlichen Erregern wie zum Beispiel Riss-, Kratz-, Schürfwunden“.*

In der Werbung für das Arzneimittel ging das werbende Unternehmen über die mit der Zulassung vorgegebenen Grenzen bei weitem hinaus und erweckte den Eindruck, dass hier generell alle Wunden behandelt werden können.

Auf Abmahnung des Schutzverbandes gab das Unternehmen eine Unterlassungserklärung dahingehend ab, künftig nicht mehr wie folgt zu werben

1.1 mit der Angabe

*„Wunden brauchen Liebe und T.“*

*wie in dem beigefügten Internetauftritt geschehen;*

und/oder

1.2 mit der Angabe

*„(...) für alle Wunden“*

und/oder

1.3 mit der Angabe

*„Jede kleine oberflächliche Wunde oder Entzündung ist aufgrund eingedrungener Bakterien von der Hautoberfläche oder einer nachträglichen Verschmutzung mit Keimen infiziert.“*

und/oder

1.4 mit der nachstehend eingeblendeten Darstellung

**Checkliste  
perfekte Wundbehandlung**

und/oder

1.5 mit der Angabe

*„(...) Es gibt kaum einen oberflächlichen Wundbereich, bei dem T. nicht helfen kann  
(...)“*

und/oder

1.6 mit der Angabe

*„(...) Aber auch kleine Wunden sollte man nicht unterschätzen (...)“*

und/oder

1.7 mit der Angabe

*„(...) Jede kleine oberflächliche Wunde oder Entzündung ist aufgrund der eingedrungenen Bakterien von der Hautoberfläche oder einer nachträglichen Verschmutzung mit Keimen infiziert (...)“*

*wenn dies jeweils gemäß Anlage geschieht.“*

Im Übrigen wurden noch gestaffelte Aufbrauchsfristen eingeräumt, so eine kurze Aufbrauchsfrist für die Überarbeitung des Internetauftritts sowie eine längere Aufbrauchsfrist der noch vorhandenen Exemplare der beanstandeten Werbebroschüre sowie der Schaufensterdekorationen, Plexiglas-Aufsteller sowie Pflastermäppchen als „Give-aways“. Das Unternehmen übernahm auch die beim Schutzverband angefallenen Kosten.

1.2 Da nach Abmahnung des Schutzverbandes das pharmazeutische Unternehmen kein Interesse an einer gerichtlichen Auseinandersetzung hatte, verpflichtete es sich per Unterlassungserklärung,

*„es bei Meidung einer für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung vom Gläubiger nach billigem Ermessen zu bestimmenden, im Streitfall durch das zuständige Gericht zu überprüfenden Vertragsstrafe*

*ab dem ...2017 zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs für das homöopathische Arzneimittel L. mit folgenden Aussagen zu werben und/oder werben zu lassen*

1. *„Innovative Geheimformel aus der Natur“;*  
*und/oder*
2. *„Die Wirkstoffe aus ... verstärken sich in ihrer Wirkung bei Nervenstärken optimal“;*  
*und/oder*
3. *„Damit ist eine 3-fach effektive Wirkung gewährleistet“, soweit diese im Zusammenhang mit dem konkreten Anzeigentext erfolgt.*

## 2. Irreführende Werbung

### 2.1 Allgemeine Irreführung

#### a) Verkaufsrang bei Amazon

Landgericht Berlin

Az.: 103 O 15/17 - Beschlussverfügung

Ein wichtiges Argument bei Amazon ist der Verkaufsrang des jeweiligen Produktes. Wenn möglichst viele Kunden ein bestimmtes Produkt kaufen, dann ist etwa die Angabe des Verkaufsrangs 1 ein starkes Verkaufsargument nach dem Motto: „Wenn die meisten Versandkäufer sich für dieses Produkt entschieden haben, dann muss dieses Produkt auch gut sein“. Der Besteller macht denn keinen Fehler und fühlt sich gut. Demgemäß bietet Amazon seinen Kunden nicht nur an, Kundenrezensionen

zuzulassen, sondern auch den von Amazon ermittelten Verkaufsrang in Anspruch zu nehmen und werblich wiederzugeben.

Unter der Überschrift „Zusätzliche Produktinformation“ heißt es beispielsweise für ein Produkt

*„Amazon-Bestseller-Rang*

***Nr. 1** in Drogerie & Körperpflege > Nahrungsergänzung > Vitamine, Mineralien & Ergänzungsmittel > Antioxidantien > **Lutein**“.*

In dem so beworbenen Nahrungsergänzungsmittel spielte der Inhaltsstoff Lutein aber überhaupt keine Rolle.

Ein weiteres Nahrungsergänzungsmittel desselben Anbieters wurde wieder als „Nr. 1“ wiedergegeben wegen des Verkaufsranges des Inhaltsstoffes „Goldsiegelwurzel“. Nur: Goldsiegelwurzel war in dem Produkt überhaupt nicht enthalten. Diese Beanstandungen könnten noch weiter aufgelistet werden.

Auf Antrag des Schutzverbandes erlies dann das Landgericht Berlin eine einstweilige Verfügung. Damit wurde der Antragsgegnerin unter Androhung der üblichen Ordnungsmittel untersagt,

*„als Geschäftspraktik Nahrungsergänzungsmittel mit einem Amazon-Bestseller-Rang aufgrund einer produktbezogenen Einordnung mittels eines Inhaltsstoffs in eine Verkaufskategorie zu bewerben bzw. bewerben zu lassen, soweit diese Kategorie jedoch für das Verkaufsrang des beworbenen Produkts mangels Inhaltsstoffs nicht gegeben ist, wie geschehen gemäß Anlage.“*

Auf Widerspruch der Antragsgegnerin wurde mit Urteil des Landgerichts Berlin vom 21.04.2017 die einstweilige Verfügung bestätigt.

Mit Anwaltsschreiben wurde dann eine entsprechende Abschlusserklärung abgegeben.

## **b) Wirkversprechen bei Displayschutz-Produkten**

Im Zusammenhang mit der (wohl irreführend) als „Gründershow“ bezeichneten Sendung „Die Höhle der Löwen“ wurde ein flüssiges Displayschutz-Produkt vorgestellt, das angeblich die Bruch- und Kratzfestigkeit der Displays von Smartphones um ein Vielfaches erhöhe. Das Produkt wurde von zwei vermeintlichen Produktentwicklern in der Sendung beworben, indem die „Gründer“ ein Display eines Mobiltelefons, das zuvor angeblich mit dem Produkt behandelt worden war, mit einem Hammer traktierten, ohne dass es zersprang. Das Produkt wurde flächendeckend im Einzelhandel eingeführt und mit großem Erfolg vertrieben. Eine Analyse eines renommierten Prüfinstituts im Auftrag des Schutzverbandes weckte aber erhebliche Zweifel an den vollmundigen Werbeversprechen.

**(1)** Das Landgericht Lübeck (Az: 8 HK O 62/17) hat daher dem Importeur des Displayschutz-Produkts im Wege der einstweiligen Verfügung untersagt, das Produkt „X“ im Rahmen geschäftlicher Handlungen

a) *mit der Abbildung eines Smartphone-Displays zu werben, auf das mit einem Zimmermannshammer geschlagen wird, wobei die rechte Seite des Displays, beschriftet mit*

*„ohne Displayschutz“ zersplittert, während die linke Seite „mit Displayschutz“ unbeschädigt bleibt;*

*und/oder*

*b) mit der Aussage „100 % bruch- und kratzsicher“ zu bewerben und/oder bewerben zu lassen.*

Die Beschlussverfügung wurde von der Antragsgegnerin per Abschlusserklärung vom 16.10.2017 als endgültige Regelung des Rechtsstreits anerkannt.

(2) Ebenso entschied das Landgericht Amberg auf den Antrag des Schutzverbandes, der sich gegen einen Lebensmittel-Discounter richtete, welcher dasselbe Produkt als Aktionsware im Sortiment hatte. Im Einzelnen wurde dem Händler bei Meidung von Ordnungsmitteln verboten, im Rahmen geschäftlicher Handlungen das Produkt „X (Flüssiger Displayschutz)“ zu bewerben

*a) mit der Abbildung eines Smartphone-Displays, auf das mit einem Zimmermannshammer eingeschlagen wird, und dessen rechte Displayhälfte (ohne Displayschutz) gesplittert ist, ohne dass am Blickfang der Abbildung ein deutlich wahrnehmbarer und unmissverständlicher Hinweis teilhat, welcher über den lediglich symbolischen Charakter der Abbildung aufklärt oder auf eine derartige Angabe an anderer Stelle verweist;*

*und/oder*

*b) mit der Aussage „100% bruch- und kratzsicher“ zu bewerben und/oder bewerben zu lassen.*

Die einstweilige Verfügung des Landgerichts Amberg wurde von dem Handelsunternehmen als endgültige Regelung des Rechtsstreits per Abschlusserklärung anerkannt.

(3) Der Schutzverband ging auch gegen Vertreiber des Produkts vor. Der Onlinevertrieb einer Baumarktkette verpflichtete sich auf Abmahnung des Schutzverbandes, es bei Meidung einer Vertragsstrafe zu unterlassen,

*a) im Rahmen der geschäftlichen Handlung das Produkt „X (Flüssiger Displayschutz)“ mit der unter (1) beschriebenen Abbildung eines Smartphone-Displays zu bewerben oder bewerben zu lassen, das mit einem Zimmermannshammer eingeschlagen wird, und das einseitig - nämlich auf der nicht beschichteten Seite - springt;*

*b) das Produkt mit den folgenden Aussagen zu bewerben bzw. bewerben zu lassen:*

*aa) „100 % bruch- und kratzsicher“*

*und/oder*

*bb) „bis zu 600 % härter“.*

*und/oder*

*cc) „9H Härte (Hart wie Saphir und Rubin)“.*

*und/oder*

dd) *Die Flüssigkeit (...) bietet optimalen Schutz durch eine Aushärtung auf bis zu 9H Härte (Hart wie Saphir und Rubin)*

*und/oder*

ee) *„Die Nanopartikel sorgen dafür, dass das Display angespannt bleibt und macht die Oberfläche des Smartphones, Tablets und Smartwatch um bis zu 600% härter. Dabei entspricht die Härte von 9H der von Saphir bzw. Rubin.“*

(4) Auch eine Elektromarktkette verpflichtete sich auf Abmahnung des Schutzverbandes vertragsstrafenbewehrt, es künftig zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen das Produkt „X (Flüssiger Displayschutz)“

a) *mit der Abbildung eines Smartphone-Displays zu bewerben, auf das mit einem Zimmermannshammer eingeschlagen wird, wobei das Display einseitig, nämlich auf der unbeschichteten Seite - zersprungen ist.*

b) *mit den folgenden Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen,*

aa) *„100% bruch- und kratzsicher“*

*und/oder*

bb) *„bis zu 600% härter“*

*und/oder*

cc) *9H Härte (Hart wie Saphir und Rubin)“*

*soweit das Produkt diese Eigenschaften nicht hat.*

(5) Auf Abmahnung des Schutzverbandes verpflichtete sich ein Online-Versandhandelsunternehmen ebenfalls, es bei Meidung einer Vertragsstrafe künftig zu unterlassen, für das Displayschutz-Produkt „X“

a) *mit der Abbildung zu bewerben und/oder bewerben zu lassen, welche ein Smartphone-Display zeigt, auf das mit einem Zimmermannshammer eingeschlagen wird, wobei die rechte Hälfte des Displays (unbehandelt) zersplittert, während die linke Hälfte intakt bleibt;*

b) *mit den folgenden Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen,*

aa) *„100% bruch- und kratzsicher“*

*und/oder*

bb) *bis zu 600% härter*

*und/oder*

cc) *9H Härte (Hart wie Saphir und Rubin)*

*und/oder*

dd) *„Der (...) effektive Schutz für Ihr Display!“*

*und/oder*

ee) *„gegen Bruchschäden und Kratzer“*

*und/oder*

- ff) *„Flüssiger Displayschutz“*
- c) *in Verkehr zu bringen*
- *ohne den Gefahrenhinweis „Achtung“ und/oder*
  - *und ohne den Produktidentifikator GH07 und/oder*
  - *ohne Name und Telefonnummer des Lieferanten des Produkts auf der Primärverpackung.*

- (6) Vor dem Landgericht Augsburg (Az: 2 HK O 3388/17) war der Schutzverband erfolgreich gegen ein Buchhandelsunternehmen, das ebenfalls das Displayschutz-Produkt „X“ im Sortiment hatte. Das Landgericht Augsburg verurteilte das Handelsunternehmen nach mündlicher Verhandlung am 21.11.2017 dazu, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu unterlassen,

*„im Rahmen geschäftlicher Handlungen das Produkt „X Flüssiger Displayschutz“ mit den folgenden Aussagen bewerben und/oder bewerben zu lassen:*

*„100% bruch- und kratzsicher“*

*und/oder*

*„bis zu 600% härter“*

*und/oder*

*„9H Härte (Hart wie Saphir und Rubin)“*

*wenn dies geschieht wie nachfolgend abgebildet:*

*[Abbildung der Produktverpackung mit einem Smartphone-Display, auf das mit einem Zimmermannshammer eingeschlagen wird, wobei die rechte Hälfte des Displays (ohne Displayschutz) zersplittert ist, während die linke Seite (mit Displayschutz) intakt bleibt].*

Hinsichtlich der weiteren Anträge, die sich auf weitere Werbeaussagen beziehen, wies das Landgericht Augsburg den Verfügungsantrag zurück. Eine zunächst eingelegte Berufung wurde nach Einigung der Parteien zurückgenommen.

- (7) Auf Abmahnung des Schutzverbandes verpflichtete sich eine Vertriebsgesellschaft für Mobilfunk-Zubehör, es künftig bei Meidung einer Vertragsstrafe für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu unterlassen, ein flüssiges Displayschutz-Produkt zu bewerben,

- a) *mit den folgenden Aussagen, soweit diese nicht zutreffen:*

*„Bis zu 600% härter und resistenter gegen Bruchschäden und Kratzer.“*

*und/oder*

*„D. ermöglicht einen Schutz von 9H.“*

*und/oder*

*„Wenn man das Smartphone nun mit D. schützt, kann es eine maximale Härte von 9H erreichen.“*

*und/oder*

*„In der Regel liegen die Härtestufen bei Smartphones bei etwa 2H bis 3H.“*



und/oder

b) mit der nachstehenden Abbildung

*[es folgt die Abbildung eines Smartphone-Displays, das mit einem wabenförmigen Gitter überzogen ist und auf das mit einem Zimmermannshammer eingeschlagen wird]*

(8) Auf Antrag des Schutzverbandes verbot das Landgericht Düsseldorf mit Beschluss vom 04.01.2017 einem deutschen Mobilfunkanbieter, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken die Displayschutz-Produkte „P. Premium weiß“ und „P. Premium schwarz“ (feste Displayschutzfolien) mit den folgenden Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen:

1. *„Wir entwickeln, produzieren und verkaufen die besten und hochwertigsten Displayschutz-Lösungen aus Glas für Smartphones und Tablets.“;*

und/oder

2. *„In mehreren TÜV Tests wurde bestätigt, dass P. das stärkste, transparenteste und mit einer Belastbarkeit von mehr als 6 Joule - auch das härteste Glas im Markt ist.“;*

und/oder

3. *„Forschung und Entwicklung sowie Produktion mit eigenen patentierten Technologien haben uns zur führenden Marke gemacht und wir tun alles, um die Investition unserer Kunden in ihr Smartphone bestmöglich zu schützen.“ (konkrete Verletzungsform unterstrichen);*

*jeweils wie aus Anlage ASt 7 ersichtlich geschehen.*

*[Anlage ASt 7 zeigt eine Internetwerbung auf der Seite des Mobilfunkanbieters für ein Displayschutz-Glas.]*

## 2.2 Alleinstellungswerbung

Landgericht München I

Az.: 1 HK O 3133/17 - Urteil vom 27.06.2017

Die Beklagte ist ein in Deutschland niedergelassenes Unternehmen, welches unter der Marke „FEVER-TREE“ diverse Erfrischungsgetränke, darunter Tonic Water, vertreibt. Das Tonic Water der Marke „FEVER-TREE“ wurde in Flaschen in Aufstellern beworben, auf denen der Slogan abgedruckt war:

„3/4 deines Drinks ist TONIC  
Entscheide dich für DAS BESTE!“

Diese Werbung wurde vom Schutzverband angegriffen unter dem Gesichtspunkt der unzulässigen Irreführung. Allerdings urteilte das Landgericht gegen den Schutzverband. Die Entscheidungsgründe fielen kurz aus:

*„Die angegriffene Werbungsaussage „3/4 deines Drinks ist Tonic. Entscheide dich für das Beste!“ bezieht sich klar auf die Tonic Water der Marke „FEVER-TREE“. Eine weitere Aussage, worauf sich „Das Beste“ beziehen soll, ist auf dem Aufsteller nicht vorhanden. Die Aussage „3/4 deines Drinks ist Tonic“ beinhaltet die Aussage, dass es für einen Drink auf das Tonic Water ankommt, da dieses einen Großteil des Inhalts ausmache. Dies kann von den angesprochenen Verkehrskreisen, nämlich den Käufern von Tonic Water im Super Markt, nur*

*geschmacklich verstanden werden. Der Kunde soll zum Mixen seines Drinks das Tonic Water der Beklagten nehmen, da dieses der Hauptbestandteil eines Drinks sei. Jedenfalls lässt dieser Werbespruch allein auf diesen Aufstellern keinen objektiven Anhaltspunkt erkennen, worauf sich die Beschreibung „das Beste“ - wenn nicht auf den Geschmack - sonst beziehen könnte. Die Werbung aus dem besten Geschmack ist jedoch ein rein subjektives Element, das keinen objektiven Kriterien zugänglich ist und deshalb auch keine Alleinstellungswerbung darstellen kann (Köhler/Bornkamm, UWG, 35. Auflage, § 5 Rdnr. 1.153 und 1.155).“*

Inwieweit hier tatsächlich es nur auf den subjektiven Geschmack ankommen soll, ist angesichts der massiven Bewerbung, der die angesprochenen Verkehrskreise eine objektive „Unterfütterung“ entnehmen, doch eine „Geschmacksfrage“. Der Schutzverband hat hiergegen Berufung eingelegt. Wir werden berichten.

### **3. Kosmetische Mittel**

Kosmetische Mittel im Sinne des Art. 2 Abs. 1 lit. a) der Verordnung (EG) Nr. 1223/2009 über kosmetische Mittel (KosmetikVO) dienen - in Abgrenzung zu Arzneimitteln - grundsätzlich der Hautpflege. Wenn dieser Pflegezweck überwiegend beworben wird, können in gewissem Umfang auch heilende und lindernde Eigenschaften von kosmetischen Mitteln zulässigerweise beworben werden. Im Einzelnen kommt es auf die Gesamtbetrachtung aller Umstände bezogen auf den jeweiligen Einzelfall an.

Auf Abmahnung des Schutzverbandes verpflichtete sich ein Kosmetikhersteller, es in Zukunft zu unterlassen

- „a) *ab dem Zeitpunkt der Abgabe dieser Erklärung weitere Werbemittel für das Produkt C. an ihre Abnehmer auszuliefern und/oder an diese ausliefern zu lassen und/oder Werbung für das Produkt C. auf der Werbeseite [www.internet.de](http://www.internet.de) zu verbreiten und/oder verbreiten zu lassen*
- aa) *mit der Aussage*  
*„Schürfwunden? Gereizte Haut? C. - Der Wundpflegebalsam für die ganze Familie. SOS - Wundpflege bei allen Arten irritierter Haut“;*  
*wenn dies geschieht wie in Anlage A wiedergegeben;*
- bb) *mit der Aussage*  
*„Egal ob Schürfwunden, leichte Sonnenbrände oder fiese Moskito-Stiche, C. kümmert sich darum. Die Wundpflege bietet in jeder Reise-Situation eine Lösung und ist deshalb für Bloggerin Sarah nicht umsonst: „die kleinste Reiseapotheke der Welt!“;*  
*wenn dies geschieht wie in Anlage B wiedergegeben;*
- cc) *mit der Aussage*  
*„Schnittwunden beim Schnippeln von Obst und Gemüse, trockene Hände, vom Kuchenteig kneten oder einfach leichte Verbrennungen von Ofen - dagegen hat Anja C. stets griffbereit“;*  
*wenn dies geschieht wie in Anlage C wiedergegeben.“*

Für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung wurde noch eine ausreichende Vertragsstrafe versprochen, so dass die Angelegenheit damit erledigt war.

## 4. Lebensmittelwerbung

### 4.1. Allgemeine Lebensmittelwerbung

- (1) Für die Verbraucher ist es von großer Bedeutung zu erfahren, ob die von ihnen erworbenen, industriell dargebotenen Lebensmittel sogenannte Zusatzstoffe enthalten oder nicht. So verteilte ein großer Hersteller von TK-Ware umfangreich an die entsprechenden Einzelhandelsgeschäfte Werbeschilder mit der Angabe „OHNE ZUSATZSTOFFE - jetzt von I.“. Allerdings schoss der Unternehmer mit dieser vollmundigen Werbung über das Ziel insoweit hinaus, als eine ganze Reihe von anderer TK-Ware, die aber in denselben Regalen angeboten wurden, doch Zusatzstoffe enthielten.

Auf Abmahnung des Schutzverbandes teilte das Unternehmen mit, dass das Unternehmen auf die Abmahnung hin unverzüglich begonnen habe, die Schilder wieder einzusammeln. Etwa 95% der ursprünglich produzierten Schilder seien mittlerweile wieder bei dem Unternehmen zurückgekommen. Die restlichen Märkte werden in Kürze kontrolliert sein.

Demgemäß erklärte das Unternehmen ohne Anerkennung einer Rechtspflicht aber verbindlich, es bei Meidung einer vom Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft e.V. für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung angemessen festzusetzenden und im Streitfall vom Gericht zu überprüfen- den Vertragsstrafe zu unterlassen,

*„Schilder mit der Angabe „OHNE ZUSATZSTOFFE - jetzt von I.“ an Einzelhandelsgeschäfte abzugeben oder in Einzelhandelsgeschäften selbst anzubringen, sofern damit I.-Produkte beworben werden, die Zusatzstoffe enthalten.“*

Mit Zahlung der Kostenpauschale war damit die Angelegenheit erledigt.

- (2) Bier ist ein Lebensmittel. Das haben die Bayern schon immer gewusst. Allerdings unterliegt die Werbung nunmehr strengen Voraussetzungen, insbesondere unter der Geltung der Health-Claims-Verordnung.

Auf Abmahnung des Schutzverbandes verpflichtete sich die Brauerei, es bei Meidung einer Vertragsstrafe nach Hamburger Brauch künftig zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr

*„a) für die Produkte „ERDINGER ALKOHOLFREI Grapefruit“ und „ERDINGER ALKOHOLFREI Zitrone“, sofern diese einen Brennwert von mehr als 20 kcal (80 kJ) pro 100 ml enthalten, zu werben*

*aa) mit der Angabe „enthält nur wenig Kalorien“ sowie*

*bb) mit der Aussage „Für Kalorien-Jongleure“, sofern diese Angabe in unmittelbarem Zusammenhang mit einer Aussage zu einer energiearmen bzw. kalorienarmen Ernährung steht.*

*Die Parteien sind sich darüber einig, dass eine Bewerbung mit der Angabe „energiereduziert“ im Sinne des Anhangs zur HCVO nicht von der vorgenannten Unterlassungsverpflichtung erfasst ist.*

*b) für das Produkt „ERDINGER ALKOHOLFREI“ in der Printwerbung (wie in der Anzeige im Oberbayerischen Volksblatt, Ausgabe vom 15.05.2017 geschehen) die unspezifische ge-*

*sundheitsbezogene Angabe „Für Regenerations-Künstler“ zu verwenden, sofern diese Angabe nicht mit einer gleichzeitig wahrnehmbaren zugelassenen gesundheitsbezogenen Angabe verbunden ist.“*

Im Rahmen des Vergleichs wurde der Brauerei zur Umstellung von Werbematerialien noch eine ausreichende Aufbrauchsfrist eingeräumt, wobei das Unternehmen die auf Seiten des Schutzverbands angefallenen Kosten übernommen hat.

- (3) Wie gesagt, die Beanstandungen nach der sogenannten Health-Claims-Verordnung sind sehr weit und erwischen viele Bereiche - wie hier den Bierbereich im weitesten Sinn - „kalt“. Insoweit abgemahnt, gab das Unternehmen ohne weiteres gegenüber dem Schutzverband eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab. Demnach verpflichtete sich das Unternehmen, es zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen zu Wettbewerbszwecken das Lebensmittel „V.“ mit der Aussage

*„Mit positiver Energie“*

zu bewerben und/oder bewerben zu lassen, wenn dies geschieht, wie nachfolgend wiedergegeben.



Nach Zahlung der Kostenpauschale war die Angelegenheit damit erledigt.

- (4) Bekanntlich legen viele Unternehmen im Rahmen ihrer Bierwerbung Wert auf die Betonung der Regionalität. Als Regionalspezialität kann sich das Unternehmen dann auf singuläre Vorteile gegenüber den Verbrauchern berufen.

So kam die bekannte Bitburger Brauerei, die insbesondere ihre Hauptmarke „Bitburger“ im Zusammenhang mit Fußball im deutschen Fernsehen nachhaltig bewirbt, auf die Idee, im Rahmen eines Werbespots die Einblendung von Hopfenfeldern in Holsthum zusammen mit dem gesprochenen Hinweis

*„mit bestem Bitburger Siegelhopfen“*

zu verwenden.

Bei genauer geografischer Betrachtung stellt sich allerdings heraus, dass die Hopfenfelder in Holsthum nur eine verschwindend geringe Menge an Hopfen ergeben. Diese reicht bei weitem nicht aus, um den Ausstoß von Bitburger Bier zu ermöglichen.

Interessant war und ist auch die Verwendung der Bezeichnung „Siegelhopfen“. Auf den ersten Blick geht man irrig davon aus, es handelt sich hier um eine besonders geprüfte Qualität, welche ein „Qualitäts-Siegel“ erhalten habe. Historisch betrachtet handelt es sich aber jedoch lediglich um die Sicherstellung der Herkunft aus einem bestimmten Hopfenanbaugebiet. Jeder Hopfen, der aus diesem Gebiet herangeschafft wird und in einer Siegelhalle „gesiegelt“ wird, ist ein „Siegelhopfen“. Einen solchen Siegelhopfen gibt es praktisch aus allen Anbaugebieten. Siegelhopfen ist also - was im Grunde niemand weiß und kaum einer so annimmt - nur eine geografische Zusage in Verbindung mit der Angabe des Herkunftsgebietes.

Nach Auffassung des Schutzverbandes wurden weite Teile der Verkehrskreise jedenfalls deshalb irreführt, weil sie davon ausgehen, dass für die Produktion des so beworbenen Bitburger Bieres ausschließlich Bitburger Siegelhopfen verwendet werde. Auch liege in der Formulierung „Bitburger Siegelhopfen“ eine besondere Exklusivität dieser Zutat, die in der vorliegenden Bierwerbung in irreführender Weise hervorgehoben wird.

Die abgemahnte Brauerei bestritt, dass der durchschnittlich informierte und angemessen aufmerksame Verbraucher aufgrund des TV-Spots irrig glaube, für die Produktion des Bitburger Bieres werde ausschließlich Bitburger Siegelhopfen verwendet. Auch bestritt die Brauerei die Berechnung des Schutzverbandes, dass der ausschließlich beworbene Bitburger Siegelhopfen allenfalls 5 - 10% des benötigten Hopfens ausmache und berief sich ansonsten als Bestandteil der Rezeptur auf das Betriebsgeheimnis. Nach diesen Verteidigungsargumenten gab die Bitburger Braugruppe folgende Unterlassungserklärung gegenüber dem Schutzverband ab:

1. *es zukünftig zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs für Biere der Marke Bitburger mit dem TV Spot, wie aus Anlage A zu diesem Schreiben, mit dem gesprochenen Text „Bitburger. So gut kann Bier schmecken. Mit bestem Bitburger Siegelhopfen. Und deshalb: Bitte ein Bit.“ zu werben, solange und soweit der überwiegende Anteil des für die beworbenen Biere verwendeten Hopfens aus anderen Hopfenregionen (z.B. Hallertau) stammt, wobei wir klarstellen, dass die Verwendung folgenden, gesprochenen Textes „Bitburger. So gut kann Bier schmecken. Mit bestem Bitburger Siegelhopfen verfeinert. Und deshalb: Bitte ein Bit.“ in einem TV-Spot mit gleichem Bildmaterial wie dem beanstandeten, keine Verletzung dieser Unterlassungserklärung darstellen würde.“*

Ansonsten wurde in Ziff. 2 noch eine Vertragsstrafenverpflichtung nach Hamburger Brauch ausgesprochen.

„Verfeinern“ ist allerdings wieder eine „Geschmackssache“ (siehe oben Alleinstellungswerbung).

- (5) Die jahrzehntelange Bewerbung und Betonung regionaler Besonderheiten hat so ihre Tücken, insbesondere, wenn etwa aufgrund hoher Nachfrage der Bierausstoß am Ort aus Platz- oder sonstigen Gründen nicht mehr gesteigert werden kann.

Der vorliegende Fall betrifft die Werbung der Brauerei Benediktiner Weißbräu GmbH, vertreten durch Pater Johannes Bauer, in Ettal. Das „Benediktiner Weißbier“, früher auch unter der Bezeichnung „Benediktiner Weizen“ vertrieben, wurde seit langer Zeit an dem Brauereistandort in Ettal hergestellt. Nunmehr wurde die Herstellung an die Licher-Brauerei in Lich „ausgelagert“. Seitens der Brauerei wird allerdings betont, dass die Herstellungsvorgänge in Lich unter ihrer Aufsicht und nur aufgrund der Originalrezeptur und unter Verwendung des Original-Hefestamms erfolgen.

In dem beanstandeten Fernseh-Spot für das „Benediktiner Weißbier“ wurde nach Auffassung des Schutzverbandes eine Werbepassage im Rahmen eines klösterlichen Innenraums wiedergegeben, in dem handwerkliche Arbeiten von Mönchen dargestellt wurden. Im Rahmen der neutralen Außenaufnahmen war der Ort Ettal nicht zu erkennen. Zutreffend verwies die Brauerei darauf, dass an allen Passagen, die visuell einen Bezug zu Ettal herstellen, einen entlokalisierenden Hinweis auf den Produktionsort in Lich enthalten.

Dies war einerseits zutreffend, andererseits war der entlokalisierende Hinweis so klein gehalten, dass er schlichtweg nicht lesbar war. Die Brauerei versprach, hier künftig einen lesbaren entlokalisierenden Hinweis anzubringen. Demgemäß verpflichtete sich die Brauerei gegenüber dem Schutzverband,

1. *es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken für in Lich gebrautes „Benediktiner Weißbier“ mit einem TV-Werbespot in der Version, wie aus Anlage A ersichtlich, zu werben bzw. werben zu lassen, wobei klargestellt wird, dass die Verwendung des genannten TV-Werbespots mit hinreichend gesteigerter Entlokalisierung keine Verletzung dieser Unterlassungsverpflichtung darstellen würde;*
2. *für jeden Fall zukünftiger Zuwiderhandlung gegen die unter Ziffer 1 aufgeführte Unterlassungsverpflichtung an den Schutzverband eine Vertragsstrafe zu zahlen, deren Höhe im jeweiligen Verletzungsfalle vom Schutzverband nach billigem Ermessen festzusetzen und im Streitfalle vom zuständigen Landgericht zu überprüfen ist.*

Mit dieser Unterlassungserklärung war die Angelegenheit erledigt.

- (6) OLG Nürnberg  
Az.: 3 U 1537/16 - Urteil vom 07.02.2017

An sich sollte es ein generelles Verständnis in der Werbewelt sein, dass die Verheißungen, die auf der Schauseite einer Verpackung gemacht werden einschließlich der Bezeichnung des Lebensmittels, mit der Realität, sprich mit der Qualität des Produkts, übereinstimmen sollten. Der EuGH vertritt dagegen eine erstaunliche andere rechtliche Sicht der Dinge. Hier steht im Mittelpunkt der Rechtsprechung der verständige und gut informierte Verbraucher, der selbstverständlich vor jedem Kaufentschluss die gesamte Verpackung - also die Vorder- und die Rückseite sowie die beiden Seiten einer quadratischen Verpackung - regelrecht „durchstudiert“. Dies führt dann zu einer „informierten Kaufentscheidung“. Allerdings steht diese Rechtsauffassung in diametralem Gegensatz zur Wirklichkeit. Psychologisch reagiert der Verbraucher nicht in dieser vom EuGH gewünschten Weise, sondern er

entscheidet sich aufgrund des Schaubildes innerhalb von 1,6 Sekunden im Durchschnitt für oder gegen einen Kauf. Hier kommt es entscheidend auf die Kaufanreize auf der Vorderseite einer Verpackung an!

Milch ist Milch. Die Marketingabteilungen großer Molkereien arbeiten aber daran, gegenüber den Verbrauchern singuläre Vorteile hervorzuheben. Da gibt es etwa auch die Alpenmilch oder die Heu-Milch. Neben der Bezeichnung „Bio“ hat sich nunmehr auch die Bezeichnung „Weide-Milch“ eingebürgert. Was ist aus der Sicht der Verbraucher eine „Weide-Milch“?

Die Werbung reagiert damit auf die Wünsche der Verbraucher, die die (armen) Milchkühe nicht nur ein ganzes Leben im Stall, sondern eben auf „grünen Wiesen grasen“ sehen wollen. Die Verbraucher verbinden damit eine gesündere Tierhaltung und gesündere Produkte. Die auf Weiden gehaltenen Kühe können selektiv bessere Nahrung zu sich nehmen und damit eine qualitativ höherwertige Milch geben. „Weide-Milch“ ist also eine Milch, die von Kühen stammt, welche auf den Weiden gehalten werden.

Wie verhält es sich hier aber mit den klimatischen Bedingungen im mitteleuropäischen Deutschland? Beispiel Winter: Hier können die Kühe gar nicht im Freien gehalten werden. Kälte und Frost sowie Dauerregen (die Wiesen werden zertreten) stehen dem entgegen. Darf ungeachtet der Wechsel der Jahreszeiten diese Milch in Deutschland als „Weide-Milch“ vermarktet werden? Oder ist die Bezeichnung „Weide-Milch“ nur während der Sommermonate möglich, bei der die Voraussetzungen von weidenden Kühen auch gegeben sind? Nächste Frage: Selbst wenn man die Sommermonate ansieht, wie lange muss eine Kuh auf der Weide gehalten werden, um „Weide-Milch“ zu geben?

Der Schutzverband sieht in der Bezeichnung „Weide-Milch“ aufgrund der tatsächlichen Umstände einen saisonalen Artikel, der auch nur saisonal (wie andere Milchprodukte) beworben werden darf. Das Landgericht Amberg hat der Klage des Schutzverbandes vollumfänglich stattgegeben.

Das Oberlandesgericht Nürnberg hat die Klage gegen das Vertreiberunternehmen abgewiesen. Es unterstellte, dass die als „Weide-Milch“ verkaufte Milch tatsächlich von Kühen stamme, die an mindestens 120 Tagen im Jahr und davon mindestens 6 Stunden am Tag auf der Weide stehen. Hierauf wurde im Rahmen der Verpackung auch hingewiesen, allerdings erst auf der Rückseite. Dem Urteil des OLG Nürnberg lassen sich folgende Leitsätze entnehmen:

*„Der normal informierte und vernünftig aufmerksame und kritische Verbraucher versteht unter der Bezeichnung „Weide-Milch“ eine Milch, die von Kühen stammt, welche, wenn auch nicht ganzjährig, aber jedenfalls im Rahmen der üblichen Weidesaison und Weidezeiten auf der Wiese grasen.*

*Eine etwaige Fehlvorstellung des Verbrauchers kann durch einen aufklärenden Hinweis auf der rückseitigen Etikettierung beseitigt werden. [Leitsätze der Redaktion]“*

Dabei wurde auf der Rückseite der Verpackung noch der Werbesatz verwendet:

*„Bei diesem Produkt handelt es sich um 100% Weide-Milch“*

Wie diese Versprechung gerade während der Wintermonate eingehalten werden kann, ist völlig rätselhaft. Während der Wintermonate handelt es sich nicht um Weide-Milch, sondern um ganz normale

Stall-Milch! Betrachtet man die Zahlen bei 365 Tagen im Jahr, dann stehen die Kühe im Rahmen der Mindestangabe also ca. 10% des Jahres auf der Weide. Dies bedeutet: In der weit überwiegenden Zeit stehen die Kühe, von denen die Weide-Milch gewonnen und vermarktet wird, nicht auf der Weide.

Kritisch ist auch zu betrachten, dass es im Rahmen der globalisierten Welt und der internationalen Vermarktung von Lebensmitteln Gegenden gibt, welche den offenbar nunmehr gerichtlich anerkannten Standard von mindestens 120 Tagen mit 6 Stunden auf der Weide bei weitem übertreffen. Beispielsweise ist in Irland aufgrund des Golfstroms die Weidesaison erheblich länger und umfangreicher als in Deutschland. Die Einordnung bleibt also problematisch.

#### 4.2. Diätetische Lebensmittel / Bilanzierte Diäten

(1) LG Hamburg

Az.: 327 O 507/16 - Vergleich vom 09.02.2017

Diätetische Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke (bilanzierte Diät) sind gemäß § 1 Abs. 4 a DiätV diätetische Lebensmittel, die auf besondere Weise verarbeitet oder formuliert und für die diätetische Behandlung von Patienten bestimmt sind. Dabei handelt es sich um eine vom Gesetzgeber geschaffene „eigenwillige“ Produktkategorie, da nur für diese Art von Lebensmittel mit krankheitsbezogenen Angaben geworben werden darf. Dafür hat der Gesetzgeber aber in § 14 b Abs. 1 S. 2 DiätV vorgesehen, dass sich bilanzierte Diäten sicher und nutzbringend verwenden lassen und auch wirksam sein müssen in dem Sinne, dass sie den besonderen Ernährungserfordernissen der Personen, für die sie bestimmt sind, entsprechen. Dies bedeutet: Die Wirksamkeit des beworbenen Erzeugnisses im ausgelobten Anwendungsgebiet muss nach dem aktuellen Stand wissenschaftlicher Erkenntnis gesichert und objektiv belegt sein. Die Wirksamkeit muss durch „allgemein anerkannte wissenschaftliche Daten“ nachgewiesen werden.

Das von der Antragsgegnerin in den Verkehr gebrachte diätetische Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke zielte darauf ab, dass bei der Gabe von Antibiotika vielfach Verdauungsprobleme auftreten, weil die im Darm angesiedelten Bakterien durch das Antibiotikum zerstört werden und somit die Darmtätigkeit aus dem Gleichgewicht gerät. Als Anwendungsgebiet war für das Erzeugnis mit 10 Laktobazillen-Stämmen angegeben

*„zur diätetischen Behandlung der Antibiotika-Assoziierten Diarrhoe und der CDAD“.*

Das Gericht folgte im Termin zur mündlichen Verhandlung der Auffassung des Schutzverbandes, wonach eine ausreichende Gutachtenlage zugunsten des Erzeugnisses nicht bestanden hat. Das hauptsächlich herangezogene Gutachten betraf nicht die „Behandlung“, sondern lediglich die „Vorbeugung“ von Antibiotika-Assoziierter Diarrhoe. Die weiter hinzugefügte „CDAD“ (= clostridium-difficile-assoziierte-Diarrhoe) wurde in der Untersuchung überhaupt nicht weiter behandelt.

Das Gericht regte daraufhin einen Vergleich an, der mit der Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung mit Aufbrauchsfrist endete.



- (2) Die Welt ist klein und birgt Überraschungen. Neben dem österreichischen Anbieter im vorher beschriebenen Fall gab es in Deutschland noch ein deutsches Herstellungsunternehmen samt weiterem Vertrieberunternehmen, welche exakt dasselbe Produkt, wenn auch unter einem anderen Namen in den Verkehr brachten.

Auf Abmahnung des Schutzverbandes verpflichtete sich die Herstellerfirma - selbstverständlich ohne jedes Präjudiz für die Sach- und Rechtslage, gleichwohl rechtsverbindlich - gegenüber dem Schutzverband, es bei Meidung für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu zahlenden Vertragsstrafe, die nach billigem Ermessen des Gläubigers festzusetzen und im Streitfalle durch das zuständige Landgericht zu überprüfen ist, es ab 01.01.2018 zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr

„1. das Mittel I. als diätetisches Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke (bilanzierte Diät) zur diätetischen Behandlung von Antibiotika-Assoziierter Diarrhoe (AAD) in den Verkehr zu bringen und/oder zu bewerben, soweit dies gemäß der als Anlage beigefügten Packungsbeilage geschieht;

und/oder

2. das Mittel I. mit folgenden Angaben zu bewerben:

2.1 „Die ausgezeichnete Eignung zur Behandlung der AAD wurde in einer placebokontrollierten Studie der Universitätsklinik Maastricht bestätigt [Koning CJ et.al.: Am J. Gastroenterol 2007; 102: 1 - 12]“

und/oder

2.2 „... die wissenschaftlich erforschte Zusammensetzung und Wirkung machen I. zu einem wertvollen Präparat zur diätetischen Behandlung von Antibiotika-Assoziierter Diarrhoe (AAD)“;

wenn dies jeweils geschieht wie in der als Anlage beigefügten Packungsbeilage.

Vorstehende Unterlassungserklärung gilt für die Internetwerbung ab dem 01.09.2017.

Die Parteien sind sich weiter darüber einig, dass ein Rückruf oder eine Rücknahme von die streitgegenständliche Werbung enthaltene Packmitteln und/oder Werbematerialien nicht erfolgen muss.“

Abschließend verpflichtet sich das Unternehmen zur Kostentragung.

Wenn man nun annehmen möchte, dass damit die Angelegenheit erledigt ist, der sah sich zunächst eines anderen belehrt. Dies fällt aber in den kommenden Tätigkeitsbericht.

#### 4.3. Nahrungsergänzungsmittel (NEM)

- (1) In dem nachfolgend zu schildernden Fall fiel auf, dass das Unternehmen eine ganze Reihe von Nahrungsergänzungsmitteln mit einer sogenannten „Apotheken-Bescheinigung“ bewarb. Eine solche Apotheken-Bescheinigung für Nahrungsergänzungsmittel gibt es jedoch schlichtweg nicht. Auf Abmahnung des Schutzverbandes versprach das Unternehmen es bei Meidung einer Vertragsstrafe nach Hamburger Brauch (vom Gläubiger festzusetzen und im Streitfall von dem zuständigen Gericht zu überprüfenden angemessenen Vertragsstrafe) es zu unterlassen,

*„im geschäftlichen Verkehr Nahrungsergänzungsmittel wie folgt zu bewerben bzw. bewerben zu lassen*

*mit den Angaben:*

*„Lebenslange Zufriedenheitsgarantie“*

*oder*

*„Zufriedenheitsgarantie“*

*oder*

*„mit 100% Zufriedenheitsgarantie ohne Fragen“*

*oder*

*mit den Hinweisen:*

*„inklusive Apotheken-Bescheinigung“*

*oder*

*„es liegt eine Apothekenbescheinigung vor“*

*oder*

*in der durch die Unterlassungsschuldnerin selbst zu gestaltenden / zu beeinflussenden Produktbeschreibung Aussagen zu treffen wie:*

*für das Produkt „Schwefel Tabletten“*

*„Er ist bekannt für seine entzündungshemmende sowie abschwellende Wirkung und gilt als förderlich für die Gelenkgesundheit“*

*oder*

*„Viele unserer Kunden berichten, dass durch die Einnahme von S.-Tabletten als Ergänzung zu der täglichen Ernährung Gelenk-Knochenschmerzen z.B. Arthrose gelindert werden konnten ...“*

*oder*

*„Organischem Schwefel wird außerdem eine entgiftende Wirkung nachgesagt und er soll den Eiweißstoffwechsel beeinflussen, weshalb es speziell für Sportler sinnvoll ist, eine ausgewogene Ernährung mit S. zu supplementieren.“*

*oder*

*für das Produkt „V.“:*

*„Darmflora stärken: Natürliche Probiotika Bakterien können die Verdauung unterstützen und tragen zu einer normalen Darmflora bei.“*

*oder*

*für das Produkt „K.“:*

*„Natürliche Wirkstoffe nutzen; Curcumin als Bestandteil von Curcuma werden entzündungshemmende Wirkungen nachgesagt.“*

*oder*

*für das Produkt „D-Mannose“*

*„Unterstützung der Gesundheit der Blase“*

*oder*

*„D-Mannose ist ein Einfachzucker, der insbesondere E.Coli-Bakterien, die mögliche Ursache für Blasen-Entzündungen sein können, an sich binden und mit dem Urin ausscheiden kann.“*

- (2) Die Bewerbung von Lebensmitteln unterliegt nunmehr den strengen Kriterien der sogenannten Health-Claims-Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 - HCVO. Des Weiteren darf die Werbung nicht irreführend sein. Dies regelt Art. 7 Abs. 1, 4 der Verordnung (EG) Nr. 1169/2011 (Lebensmittelinformationsverordnung - LMIV). Unzulässig ist auch jegliche krankheitsbezogene Werbung, weil dies einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 3 LMIV ist. Ein Anbieter von ayurvedischen Produkten verkannte diese Werbebeschränkungen vollkommen. Auf Abmahnung des Schutzverbandes verpflichtete er sich,

*„es zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen*

- 1.1 *das Produkt „Triphala Guggulu Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Triphala Guggulu hat reinigenden und verjüngenden Effekt, verbessert Verdauung, Zustand von Haut, Darm, Blut etc.“*

*und/oder*

- 1.2 *das Produkt „Guggulu Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Guggulu reinigt srotas (feine Körperkanäle) und beseitigt Blockaden in den srotas. Richtig angewandt ist es eines der besten Rasayana (Verjüngungsmittel). Es verbessert die Verdauung; fördert Abbau von Fettgewebe; reduziert Übermaß an Schleim (...)“*

*und/oder*

- 1.3 *das Produkt „Shallaki Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Shallaki reduziert Übermaß an Schweiß, Schleim (...) förderlich für gesunde Haut, entzündungshemmend, etc.“*

*und/oder*

- 1.4 *das Produkt „Shallaki Extrakt“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Shallaki reduziert Übermaß an Schweiß, Schleim (...) förderlich für gesunde Haut, entzündungshemmend, etc.“*

*und/oder*

- 1.5 *das Produkt „Shallaki Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Shallaki reduziert Übermaß an Schweiß, Schleim (...) förderlich für gesunde Haut, entzündungshemmend, etc.“*

*und/oder*

- 1.6 *das Produkt „Shilajit Sattva“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Shilajit Sattva (...) ist ein berühmtes (...) (Verjüngungsmittel); stärkt und festigt die (...) Körpergewebearten (...) harmonisiert das Harnsystem; reduziert Fettgewebe etc.“*

*und/oder*

*„Shilajit fördert Intellekt, Gedächtniskraft, stabilisiert den Körper, beseitigt Krankheiten und Alter und gewährt ein langes, glückliches Leben.“*

*und/oder*

1.7 das Produkt „Shilajit-Amalaki mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Shilajit und Amalaki (...) sind mächtige .... Verjüngungsmittel, reinigen und stärken den Körper, (...) und können verschiedene Störungen im Körper beseitigen.“*

*und/oder*

1.8 das Produkt „Shilajit-Triphala“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Shilajit und Amalaki (...) sind mächtige .... Verjüngungsmittel, reinigen und stärken den Körper, (...) und können verschiedene Störungen im Körper beseitigen.“*

*und/oder*

1.9 das Produkt „Ashvagandha, 200 g“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Ashvagandha-Wurzeln wirken nervenstärkend, beruhigend und – wenn abends genommen – schlaffördernd. Sie (...) stärken den Körper bei regelmäßiger Anwendung.“*

*und/oder*

1.10 das Produkt „Mahamanjishtadi Kvath“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Klassisches ayurvedisches Mittel für Blutreinigung; zur Verbesserung des Zustands der Haut. Lindert Juckreiz, hartnäckige Hautprobleme etc. (...) Mahamanjishtadi besteht aus Manjistha, Musta, Guduchi, Niem, Kurkuma u.a. blutreinigenden Pflanzen.“*

*und/oder*

1.11 das Produkt „Amalaki Ghee“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Amalaki Ghee ist (...) verdauungsfördernd.“*

*und/oder*

1.12 das Produkt „Ashvagandha Ghee“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Ashvagandha-Ghee kräftigt den Körper, nervenstärkend (...)“.*

*und/oder*

1.13 das Produkt „Brahmi Ghee“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Brahmi Ghee ist nährend und ein Tonikum für Gedächtnis und Intelligenz.“*

*und/oder*

1.14 das Produkt „Pure Ghee“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Ghee, hergestellt aus Kuhmilch, ist das beste aller Fette. Es fördert Intelligenz, Gedächtnis, (...) (Verdauungsfeuer), (...) (Samen), (...) (Lebenskraft) (...)“.*

*und/oder*

1.15 das Produkt „Shatavari Ghee“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Shatavari Ghee ist ein ... Verjüngungsmittel ... und ist hilfreich für die Beseitigung vieler Störungen ... Mit Milch ... genommen ist es stärkend und fördert Virilität und Fruchtbarkeit.“*

*und/oder*

1.16 *das Produkt „Tikta Ghrita“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Tikta Ghrita ... stimuliert ... (das Verdauungsfeuer), fördert gesunden Stoffwechsel ... Es ist blutreinigend, hat positiven Effekt auf Herz und Leber und verbessert den Zustand der Haut.“*

*und/oder*

1.17 *das Produkt „Triphala Ghee“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Triphala Ghrita ist ein ... (Verjüngungsmittel), ... regt das Verdauungsfeuer an, fördert gute Verdauung und Sehkraft.“*

*und/oder*

1.18 *das Produkt „Abhayarishta“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Wohltuend für das Herz, verbessert die Verdauung, beseitigt Verdauungsstörungen und ist nützlich bei Störungen verursacht durch schwache oder schlechte Verdauung (...).“*

*und/oder*

1.19 *das Produkt „Amritarishta“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Amritarishta ist ein ... allgemeines Tonikum. Es ist blutreinigend ... förderlich für gesunde Haut und vieles mehr. (...) verjüngend wirkt.“*

*und/oder*

1.20 *das Produkt „Arjunarishta“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Arjunarishta ist ein klassisches Herztonikum ...“*

*und/oder*

1.21 *das Produkt „Ashokarishta“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Stärkt das Verdauungsfeuer; hilfreich für die Beseitigung von Menstruationsstörungen; fördert gesunde Menstruation.“*

*und/oder*

1.22 *das Produkt „Ashvagandharishta“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Ashvagandharishta ist eines der besten allgemeinen Tonika (Stärkungsmittel) bei Schwäche und während der Genesung, fördert Gewebeaufbau, ..., verbessert Appetit und Verdauung, fördert gesunden Schlaf.“*

*und/oder*

1.23 *das Produkt „Balarishta“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Stärkendes ... besänftigendes Elixier.“*

und/oder

1.24 das Produkt „Dashamularishta“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Dashamularishta stärkt ... (das Verdauungsfeuer), ... ist segensreich für die Beseitigung von Störungen ... (z.B. Störungen des Atmungssystems, Schwellungen, Gelenkprobleme, etc....).“

und/oder

1.25 das Produkt „Sarasvatarishta“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Sarasvatarishta stärkt Gedächtnis und Lebenskraft (...). Es ... ist hilfreich für Beseitigung mentaler Störungen.“

und/oder

1.26 das Produkt „Drakshasava“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Drakshasava ist allgemein stärkend, stimuliert Appetit und Verdauung, wohltuend für Hals und Atmungssystem; fördert Auflösung und Ausscheidung von Schleimansammlung.“

und/oder

1.27 das Produkt „Lohasava“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Wohltuend für das Herz. Hilfreich bei Eisenmangel etc.“

und/oder

1.28 das Produkt „Punarnavasava“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... das, was den Körper erneuert (oder Jugendlichkeit zurückbringt)“. Punarna-vasava stärkt das Herz, reduziert ... Schwellungen und ist besonders hilfreich für Beseitigung von Störungen des Atmungs- und des Harnsystems.“

und/oder

1.29 das Produkt „Vasakasava“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Tonikum für das Atmungssystem. Befreit Lunge und Bronchien von ... toxischen Ansammlungen und verbessert die Atmung.“

und/oder

1.30 das Produkt „Ashvagandha Rasayana“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... fördert Stärke, Virilität und Gewebeaufbau und – wenn vor dem Schlafengehen genommen – gesunden Schlaf.“

und/oder

1.31 das Produkt „Chyavanprash, 400 g“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Regelmäßiger Gebrauch dieser segensreichen Rasayana-Präparation stärkt die Sinne, erneuert das Körpergewebe, fördert Intelligenz und Gedächtniskraft, Appetit und gute Verdauung, etc.“

und/oder

1.32 das Produkt „Chyavanprash, 250 g“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... nährendes Tonikum, das das Immunsystem stärkt. (...) Regelmäßiger Gebrauch dieser segensreichen Rasayana-Zubereitung stärkt die Sinne, erneuert das Körpergewebe, fördert Intelligenz und Gedächtniskraft, Appetit und gute Verdauung, etc.“

und/oder

1.33 das Produkt „Kushmanda Rasayana“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... Stärkungs- und Aufbaumittel, allgemeines Tonikum ... für Kinder und alte Menschen.“

und/oder

1.34 das Produkt „Amalaki Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„verjüngt, nährt, harmonisiert ... stärkt die Widerstandskräfte des Körpers.“

und/oder

1.35 das Produkt „Amalaki Tabletten“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„verjüngt, nährt, harmonisiert ... stärkt die Widerstandskräfte des Körpers.“

und/oder

1.36 das Produkt „Arjuna Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... bekannt für seine das Herz stärkende Wirkung.“

und/oder

1.37 das Produkt „Arjuna Presslinge“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... bekannt für seine herzstärkende Wirkung.“

und/oder

1.38 das Produkt „Ashoka Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Ashoka (...) reduziert (...) Schwellungen, ist wohltuend für das Herz und fördert gesunde Hautfarbe.“

und/oder

1.39 das Produkt „Ashwagandha Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„stärkt Körper und Nervensystem (...) ist hilfreich bei Schlafstörungen.“

und/oder

1.40 das Produkt „Bhumyamalaki Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... Verbesserer, Erneuerer für Leber, Lunge, Harnsystem.“

und/oder

1.41 das Produkt „Bilva Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Bilva (...) stimuliert ... (Verdauungsfeuer), ist verdauungsfördernd, stärkend (...).“

und/oder

1.42 das Produkt „Brahmi Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Brahmi fördert mentale Stärke, Gedächtniskraft, Intelligenz, Aufmerksamkeit, Klarheit und Gelassenheit.“

und/oder

1.43 das Produkt „Brahmi Tabletten“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Brahmi fördert mentale Stärke, Gedächtniskraft, Intelligenz, Aufmerksamkeit, Klarheit und Gelassenheit.“

und/oder

1.44 das Produkt „Bringaraj Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Es ...fördert Sehkraft und ist .... für gesundes Haar und gesunde Haut.“

und/oder

1.45 das Produkt „Gokshura Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Gokshura reinigt und stärkt Nieren und Harnsystem.“

und/oder

1.46 das Produkt „Haritaki Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Haritaki-Früchte sind im Ayurveda seit Jahrtausenden berühmt für ihren verjüngenden (...) Effekt.“

und/oder

1.47 das Produkt „Kapikacchu Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Kapikacchu (...) ist stärkend (...) fördert Gewebeaufbau und Virilität.“

und/oder

1.48 das Produkt „Karela Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... appetitanregend (...) diuretisch (...).“

und/oder

1.49 das Produkt „Kurkuma Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... gut für die Haut, schützt vor Darmparasiten.“

und/oder

1.50 das Produkt „Mandukaparni Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen



*„In Südindien (Kerala und andere Staaten) wird Bacopa monnieri Brahmi genannt. Beide Pflanzen haben ähnlichen Effekt. Sie fördern Intelligenz, Aufmerksamkeit und Gedächtniskraft.“*

*und/oder*

1.51 *das Produkt „Manjishta Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Manjishta ist blutreinigend, kühlend, verbessert den Zustand der Haut (...).“*

*und/oder*

1.52 *das Produkt „Niem Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Kühlend (...). Bittertonikum zur Blutreinigung, Entgiftung etc.“*

*und/oder*

1.53 *das Produkt „Pippali Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Pippali ist appetitanregend und verdauungsfördernd. Mit Honig vermischt ist es ein gutes Mittel, um Schleim in Hals und Brust zu beseitigen.“*

*und/oder*

1.54 *das Produkt „Punarnava Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„diuretisch, reduziert (...) Schwellungen ...“.*

*und/oder*

1.55 *das Produkt „Shankapushpi Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„(...) Förderer von Intelligenz und Gedächtniskraft“.*

*und/oder*

1.56 *das Produkt „Shatavari Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„stärkend; fördert Fruchtbarkeit und Milchbildung“.*

*und/oder*

1.57 *das Produkt „Shatavari Tabletten“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„stärkend; fördert Fruchtbarkeit und Milchbildung“.*

*und/oder*

1.58 *das Produkt „Vidari Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„nährend; stärkend; fördert Milch- und Samenbildung“.*

*und/oder*

1.59 *das Produkt „Ajamodadi Vati“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Ajamodadi stärkt das Verdauungsfeuer und hilft ... (Schlacken, Ablagerungen) abzubauen und Verstopfung der srotas (feine Körperkanäle) zu beseitigen. Durch ama in*

*den srotas wird vata in seiner natürlichen Bewegung behindert, sammelt sich in den Gelenken an und verursacht Schmerzen, die chronisch werden, wenn die Behinderung vatas nicht aufgelöst wird.“*

*und/oder*

1.60 das Produkt „Ashvagandhadi“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Ashvagandhadi ist ein hervorragendes klassisches Stärkungs- und Aufbaumittel. Stärkt Körper und Nerven und ist sehr hilfreich bei der Überwindung allgemeiner Schwäche und bei Störungen, die mit Schwäche oder auch Abmagerung einhergehen.“*

*und/oder*

1.61 das Produkt „Avipattikara“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Avipattikara ist verdauungsstärkend (...). Heilsam bei Übersäuerung, saurem Aufstoßen, Brennen, Hitzegefühl u.v.a. Störungen (...).“*

*und/oder*

1.62 das Produkt „Chandraprabha Vati, 100 g“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„unterstützt normale Funktion des Harnsystems“.*

*und/oder*

1.63 das Produkt „Chandraprabha Vati, 70 St.“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„unterstützt normale Funktion des Harnsystems; reinigt srotas (feine Körperkanäle) und ist ein Rasayana (Verjüngungsmittel).“*

*und/oder*

1.64 das Produkt „Chitrakadi Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Regt ... das Verdauungsfeuer an, verbessert den Stoffwechsel, beseitigt ama (Schlacken), fördert Fettverdauung, beseitigt Blähungen und Völlegefühl.“*

*und/oder*

1.65 das Produkt „Chitrakadi Vati“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Regt ... das Verdauungsfeuer an, verbessert den Stoffwechsel, beseitigt ama (Schlacken), fördert Fettverdauung, beseitigt Blähungen und Völlegefühl.“*

*und/oder*

1.66 das Produkt „Dashamula Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Tonikum für das Atmungssystem.“*

*und/oder*

1.67 das Produkt „Gandhaka Vati“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„Gandhaka Vati ist (...) bekannt für seine blutreinigende Wirkung. (...) ist nützlich bei diversen Hautproblemen, Juckreiz etc. und fördert die Heilung von eiternden Wunden usw.“*

und/oder

1.68 das Produkt „Hingvashtaka Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Stärkt ... (das Verdauungsfeuer), fördert die Verdauung, beseitigt Verdauungsstörungen.“

und/oder

1.69 das Produkt „Loha Bhasma Vati“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Loha Bhasma fördert Blutbildung, ... und ist nützlich bei vielen Störungen. Amalaki-Früchte (...) verbessern den Zustand von ... (Blut) und sind ... (Verjüngungsmittel).“

und/oder

1.70 das Produkt „Medhya Rasayan“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Ayurvedisches Gehirntonikum. Regelmäßiger Gebrauch fördert Intelligenz, Gedächtniskraft, Gelassenheit, Aufmerksamkeit und Stärke und Klarheit des Geistes.“

und/oder

1.71 das Produkt „Nimbadi Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Gutes Mittel zur Blutreinigung und Verbesserung der Beschaffenheit von ... (Lymphe), Blut und Haut. Beseitigt ama (Schlacken), reinigt und stärkt die Leber und ist hilfreich für Beseitigung vieler Störungen im Körper.“

und/oder

1.72 das Produkt „Shatavaryadi“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Shatavaryadi (...) stärkend; fördert Samenproduktion, Fruchtbarkeit; (...) für das männl. und weibl. Fortpflanzungssystem.“

und/oder

1.73 das Produkt „Shilajit Vati“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Blutreinigend; stärkt und fördert normale Funktion von Leber, Nieren, Herz und Atmungssystem; fördert Stärke der ... (Körpergewebearten wie z.B. Knochen und Muskeln). (...) Dieses Shilajit-Präparat ist ein erstklassiges Rasayana (Verjüngungs- und Stärkungsmittel).“

und/oder

1.74 das Produkt „Shilajit-Triphala“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... (Verjüngungsmittel), reinigen und stärken den Körper, harmonisieren ... und können verschiedene Störungen im Körper beseitigen.“

und/oder

1.75 das Produkt „Somaraji“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... kühlend, laxativ und trocken, geschmacksfördernd, ... (verjüngend), ... (wohltuend fürs Herz) und beseitigen ... Blutstörungen. Bakuchi lindert oder beseitigt unter anderem ... (diverse Hautprobleme) und ... (Störungen des Harnsystems).“

und/oder

1.76 das Produkt „Triphala Kapseln“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... fördert Appetit, Verdauung, Sehkraft, reinigt den Darm.“

und/oder

1.77 das Produkt „Triphala Tabletten“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Triphala ist ein ... Verjüngungsmittel,, fördert Appetit, Verdauung, Sehkraft; reinigt den Darm (...).“

und/oder

1.78 das Produkt „Yoganidra“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Yoganidra fördert gesunden Schlaf, (...) ist nervenstärkend und hilfreich bei der Überwindung von Stress.“

und/oder

1.79 das Produkt „Chandraprabha Vati, 100 g“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„unterstützt normale Funktion des Harnsystems.“

und/oder

1.80 das Produkt „Chandraprabha Vati, 70 St.“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„unterstützt normale Funktion des Harnsystems reinigt srotas (feine Körperkanäle) und ist ein ... (Verjüngungsmittel).“

und/oder

1.81 das Produkt „Chandraprabha Vati, 80 St.“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„unterstützt normale Funktion des Harnsystems reinigt srotas (feine Körperkanäle) und ist ein ... (Verjüngungsmittel).“

und/oder

1.82 das Produkt „Chitrakadi Vati, 80 St.“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Regt agni (das Verdauungsfeuer) an, verbessert den Stoffwechsel, beseitigt ama (Schlacken), fördert Fettverdauung, beseitigt Blähungen und Völlegefühl.“

und/oder

1.83 das Produkt „Gandhaka Vati“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... bekannt für seine blutreinigende Wirkung. Es ... eliminiert ama (Ansammlung toxischer Verdauungsprodukte), ist nützlich bei diversen Hautproblemen, Juckreiz etc. und fördert die Heilung von eiternden Wunden usw.“

und/oder

1.84 das Produkt „Shankha Bhasma Vati“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Shankha Bhasma ist verdauungsfördernd und besonders nützlich bei Hyperazidität und anderen Magen- und Verdauungsstörungen (...).“

und/oder

1.85 das Produkt „Shilajit Vati“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„Blutreinigend; stärkt und fördert normale Funktion von Leber, Nieren, Herz und Atmungssystem; fördert Stärke der ... (Körpergewebearten wie z.B. Knochen und Muskeln) (...)“

und/oder

„Dieses Shilajit-Präparat ist ein erstklassiges Rasayana (Verjüngungs- und Stärkungsmittel).“

und/oder

1.86 das Produkt „Arjuna Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Arjuna (...) ist herzkstärkend, heilsam bei Wunden und Geschwüren (...)“

und/oder

1.87 das Produkt „Ashoka Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Ashoka (...) reduziert (...) Schwellungen. Es hemmt Blutungen, ist wohltuend für das Herz und fördert gesunde Hautfarbe.“

und/oder

1.88 das Produkt „Ashvagandha Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Ashvagandha-Wurzeln wirken nervenstärkend, beruhigend und – wenn abends genommen – schlaffördernd. Sie (...) stärken den Körper bei regelmäßiger Anwendung.“

und/oder

1.89 das Produkt „Bhumyamalaki Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... (Verbesserer, Erneuerer) für Leber, Lunge, Harnsystem.“

und/oder

1.90 das Produkt „Bibhitaki Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„(...) unter anderem förderlich für Sehkraft, Haare und Stimme.“

und/oder

1.91 das Produkt „Bilva Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... stimuliert ... (Verdauungsfeuer), ist verdauungsfördernd, stärkend ...“

und/oder

1.92 das Produkt „Brahmi Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„fördert Intelligenz, Gedächtniskraft und ist hilfreich für die Beseitigung mentaler Störungen.“

und/oder

- 1.93 das Produkt „Bringaraj Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„fördert Sehkraft; sehr gut für Haare und Haut“.
- und/oder
- 1.94 das Produkt „Gokshura Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„Gokshura reinigt und stärkt Nieren, Blase, Harnsystem; mit Milch genommen hat Gokshura aphrodisierenden Effekt.“
- und/oder
- 1.95 das Produkt „Guduchi Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„Guduchi fördert Stärke, (...) stimuliert die Verdauung, ist verjüngend“.
- und/oder
- 1.96 das Produkt „Haritaki Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„Haritaki-Früchte sind im Ayurveda seit Jahrtausenden berühmt für ihren verjüngenden (...) Effekt.“
- und/oder
- „(Verjüngungsmittel)“.
- und/oder
- 1.97 das Produkt „Kapikachu Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„Bedeutendes Aphrodisiakum, stärkend, besänftigt ... fördert Gewebeaufbau.“
- und/oder
- 1.98 das Produkt „Karela Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„appetitanregend, kühlend (...) diuretisch.“
- und/oder
- 1.99 das Produkt „Kurkuma“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„gut für die Haut, schützt vor Darmparasiten.“
- und/oder
- 1.100 das Produkt „Mandukaparni Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„fördert Intelligenz, Gedächtniskraft und innere Klarheit.“
- und/oder
- 1.101 das Produkt „Manjistha Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen  
„Manjistha (...) ist kühlend, blutreinigend und fördert gesunde Haut.“
- und/oder

1.102 das Produkt „Mushali Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Mushali (...) ist ein im Ayurveda berühmtes und geschätztes ... (Verjüngungsmittel), erwärmend, aphrodisiakisch, fördert und verbessert Vitalität, ... (Samenqualität und Samenproduktion), beseitigt Störungen ...“.

und/oder

1.103 das Produkt „Niem Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Bittertonikum zur Blutreinigung; kühlend“.

und/oder

1.104 das Produkt „Pippali Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... appetitanregend, verdauungsfördernd. (...) Mit Honig vermischt ist es ein gutes Mittel, um Schleim in Hals und Brust zu beseitigen.“

und/oder

1.105 das Produkt „Punarnava Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Harntreibend, Nieren reinigend; (...) beseitigt ama (Schlacken).“

und/oder

1.106 das Produkt „Sariva Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Sariva (...) ist blutreinigend und hilfreich bei der Beseitigung von Schlacken und Unreinheiten im Körper.“

und/oder

1.107 das Produkt „Shankapushpi Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... Förderer von Intelligenz und Gedächtniskraft“.

und/oder

1.108 das Produkt „Shatavari Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... besitzt viele gute Eigenschaften: es ist stärkend; fördert Fruchtbarkeit, Samenbildung, Milchbildung und Intelligenz; es ist wohltuend für die Augen und für das Herz. Es reduziert und überwindet ... Störungen. Es ist ein Rasayana (Verjüngungsmittel), indem es ... (Lymphe) und ... (Blut) verbessert und reinigt, was sich positiv auf den gesamten Körperzustand auswirkt.“

und/oder

1.109 das Produkt „Vasaka Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„... ist schleimlösend und besonders nützlich bei Störungen des Atmungssystems.“

und/oder

1.110 und/oder das Produkt „Vidari Kanda Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

*„... nährend, stärkend; fördert Milch- und Samenbildung.“*

*und/oder*

*1.111 und/oder das Produkt „Yashtimadhu Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Yashtimadhu ist kühlend (...). Mit Honig genommen ist es wohltuend für Hals und Stimme; förderlich für gesunde Haut. Mit Milch genommen ist es ein Rasayana für Intelligenz und Gedächtnis.“*

*und/oder*

*1.112 und/oder das Produkt „Ashvagandhadi Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„(...) klassisches Stärkungs- und Aufbaumittel. Es ist sehr hilfreich bei der Überwindung von allen Störungen, die mit Schwäche oder Abmagerung einhergehen.“*

*und/oder*

*1.113 und/oder das Produkt „Hingvastak Powder“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„... stimuliert agni (Verdauungsfeuer), fördert die Verdauung, beseitigt Verdauungsstörungen.“*

*und/oder*

*1.114 und/oder das Produkt „Nimbadi Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Starkes Mittel zur Blutreinigung und Verbesserung der Beschaffenheit von rasadhatu (Lymphe), Blut und Haut. Beseitigt ama (Schlacken), reinigt und stärkt die Leber und ist hilfreich für Beseitigung vieler Störungen im Körper. (...) Nimba (Niem) u.a. blutreinigende Pflanzen.“*

*und/oder*

*1.115 und/oder das Produkt „Shatavaryadi Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„... stärkend; fördert Samenproduktion; ... für das männl. und weibl. Reproduktionssystem.“*

*und/oder*

*1.116 und/oder das Produkt „Sitopaladi Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„...für das Atmungssystem, schleimlösend, expektorant.“*

*und/oder*

*1.117 und/oder das Produkt „Talisadi Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Mit Honig genommen ein klassisches Rasayana für das Atmungssystem, schleimlösend, expektorant.“*

*und/oder*

*1.118 und/oder das Produkt „Trikatu Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„verdauungsfördernd“*



und/oder

1.119 das Produkt „Triphala Churna“ mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Appetitanregend, digestiv, fördert Sehkraft, reinigt den Darm“.

(3) OLG Celle,  
Az.: 13 W 49/17 - Beschwerde

Nachdem die erste Instanz noch Einwände gegen die sogenannte Dringlichkeit vorbrachte, beurteilte das OLG die Verfügungsbeklagte unter Androhung der üblichen Ordnungsmittel, es zu unterlassen,

„im Rahmen geschäftlicher Handlungen zu Wettbewerbszwecken das Nahrungsergänzungsmittel „A. protect“ mit den folgenden Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen:

1.1 „A. protect Optimierte Versorgung und Schutz von Gelenken.“

oder

1.2 „Das intelligente Tag- & Nacht-Konzept von A. protect mit dem patentierten Kollagenpeptid UC-II® und Bambus unterbricht den Angriff der Knorpel-Kollagen-abbauenden Enzyme und verhilft den Gelenken zu mehr Elastizität.“

oder

1.3 „Bambus-Extrakt regt Kollagenbildung an.“

oder

1.4 „N-Acetyl-Glucosamin (NAG) unterstützt den Aufbau von Knorpelstrukturen und trägt zur Besserung der Beweglichkeit bei.“

oder

1.5 „Chondroitin stimuliert Knorpelneubildung, verbessert so Elastizität und Belastbarkeit.“

oder

1.6 „Methylsulfonylmethan (MSM) unterstützt den Gelenkstoffwechsel.“

oder

1.7 „Intelligentes Therapiekonzept.“

oder

1.8 „Aktiv: Studienergebnisse zeigen deutliche Verbesserung bei Arthrosepatienten und Sportlern.“

oder

1.9 „UC-II®, patentiert verbessert Arthrosebeschwerden signifikant.“

oder

1.10 „Methylsulfonylmethan (MSM) entzündungshemmende und schmerzlindernde Eigenschaften.“

oder

1.11 „Das intelligente Therapiekonzept [...] mit Gelenk-Bausteinen und wichtigen Mikronährstoffen, die für eine gesunde Knorpelfunktion essentiell sind.“

oder

1.12 „Die Entzündung geht zurück und mit ihr auch Schmerzen sowie Schwellungen“

oder

1.13 „Arthrosebeschwerden wie Gelenksteifigkeit, Schmerz und eingeschränkte Funktionalität, werden deutlich verbessert.“

oder

1.14 „der Angriff auf das Gelenk und wie UC-II® schützen kann; Lebensalter, Verletzung, belastender Sport, „Knochenjobs“, Übergewicht; durch Abnutzung entstehen winzige Knorpelsplitter; Start einer Entzündungsreaktion; Aktivierung des Immunsystems; Immunsystem regelt Kollagen-abbauende Enzyme an; Abbau des Gelenk-Kollagens, Angriff und Zerstörung des Knorpels; Schmerz, Unbeweglichkeit; Beschleunigung der Entzündung; neue Knorpelstückchen, Teufelskreis beginnt; Kollagenpeptid UC-II® reguliert überschießende Immunreaktion & hemmt Knorpel-Kollagen-abbauende Enzyme“, wie nachfolgend abgebildet:



oder

1.15 „N-Acetyl-Glucosamin (NAG) ist ein Baustein der Hyaluronsäure, die die Wasserspeicherfähigkeit und Druckfestigkeit der Gelenkflüssigkeit erhöht und als Schmiermittel die Gelenkbewegung unterstützt.“

oder

1.16 „Der Aufbau des Knorpels wird unterstützt, was zu einer besseren Beweglichkeit beiträgt.“

oder

1.17 „Der in der Morgenkapsel enthaltene Bambus-Extrakt verleiht der Knorpelstruktur wieder Stärke und Elastizität für den Tag.“

oder

1.18 „Durch die Einnahme am Morgen ist die Versorgung des Bewegungsapparates während des Tages gewährleistet.“

oder

1.19 „Es schützt den Knorpel vor frühzeitigem Verschleiß durch Verbesserung der Dämpfungseigenschaften und Nährstoffversorgung.“

oder

1.20 „Außerdem unterstützt Chondroitin dessen mechanische Eigenschaften, wie beispielsweise reibungsarme Bewegung und Elastizität und sorgt so für Belastbarkeit im Alltag.“

oder

1.21 „Methylsulfonylmethan (MSM) unterstützt als organischer Schwefel-Spender den Gelenk- und Knorpelstoffwechsel und besitzt sowohl entzündungshemmende als auch schmerzstillende Eigenschaften.“

oder

1.22 „Um die Gelenke bei Tag & Nacht mit den richtigen Nährstoffen zu versorgen und zu schützen, wurde A. protect entwickelt.“

oder

1.23 „Das patentierte UC-II® in der Abendkapsel unterbricht den Angriff der kollagenabbauenden Enzyme, indem es die überschießende Immunreaktion reguliert. So kann der Knorpel über Nacht regenerieren.“

oder

1.24 „[...] dass patentierte UC-II® im Vergleich zu Placebo die Kniefunktion und Beschwerden wie Schmerz und Gelenksteifigkeit deutlich verbessert.“

oder

1.25 „Patentiertes UC-II®, die sogenannte undenaturierte Form des Kollagens, kann im Gegensatz zu oft verwendetem denaturiertem Kollagen in herkömmlicher Gelenknahrung auf immunologische Prozesse im Knorpelstoffwechsel Einfluß nehmen. Dadurch werden Enzyme gehemmt, die den Abbau von Kollagen im Knorpel fördern und der Knorpel kann effektiv regenerieren.“

oder

1.26 „C-II® (Kollagenpeptid) hemmt immunologisch den Knorpelabbau und verbessert Arthrosebeschwerden damit signifikant.“

oder

1.27 „N-Acetyl-Glucosamin (NAG) ist Hauptbestandteil der Hyaluronsäure, unterstützt den Aufbau des Knorpels und trägt zur Besserung der Beweglichkeit bei.“

oder

1.28 „Es stimuliert die Knorpelneubildung und verbessert so Elastizität & Belastbarkeit.“

oder

1.29 „A. protect - Das innovative Therapiekonzept für Ihre Gelenke!“

oder

1.30 „Martin möchte vorbeugen und gleichzeitig die ersten leichten Schmerzen bei starker Belastung gezielt angehen. Zum Glück bekommt er in der Apotheke eine hilfreiche Empfehlung: A. protect. A. protect hilft genau dort, wo Gelenkschmerzen entstehen.“

oder

1.31 „Um die Gelenke zu schützen, dem Verschleiß vorzubeugen und Beschwerden zu lindern versorgt A. protect den Körper mit allem, was gesunde Gelenke brauchen – innovativ und einzigartig.“

oder

1.32 „Das patentierte UC-II ist ein hochwirksames und extrem hochwertiges Kollagenpeptid, das schon in kleinen Mengen zum Aufbau des Gelenkknorpels beiträgt. UC-II fördert

*den Wechsel von knorpelabbauenden zu knorpelaufbauenden Prozessen und trägt so zum Erhalt der Gelenkgesundheit bei.“*

*oder*

*1.33 „Während Martin nun nachts durch das UC-II bei der Regeneration unterstützt wird, versorgt ihn Bambus-Extrakt, der zusätzlich in der Morgenkapsel enthalten ist, den Tag über mit wertvoller Kieselsäure. So ist für Stabilität und Flexibilität gesorgt.“*

*oder*

*1.34 „Egal ob beim Joggen oder der Gartenarbeit, A. protect hilft den Gelenken sich selbst zu schützen und zu regenerieren und damit auch im Alter beweglich und belastbar zu bleiben.“*

*oder*

*1.35 „Rund um die Uhr versorgt mit dem einzigartigen Therapiekonzept von A. protect für eine gesunde Funktion der Gelenke.“*

*oder*

*1.36 „... hat in der Natur Stoffe gefunden, die bei Schmerzen und Rheuma eine große Hilfe sein können: A. protect, [...] bringen mit schmerzlindernden, abschwellenden und entzündungshemmenden Eigenschaften die nötige Bewegung in die Behandlung von Gelenkschmerzen.“*

*oder*

*1.37 „Es zeigte sich, dass UC-II® zu einer signifikanten Verbesserung der Kniefunktion und Reduktion der Schmerzen bei Probanden mit Kniegelenksarthrose führte und sich zudem auch als sehr gut verträglich erwiesen hat.“*

*oder*

*1.38 „N-Acetyl-Glucosamin (NAG), der Hauptbestandteil der Hyaluronsäure, ist in der Morgen- und Abendkapsel des apothekenexklusiven A. protect enthalten und unterstützt so über 24 Stunden den Knorpelaufbau und trägt zur Verbesserung der Beweglichkeit bei.“*

*oder*

*1.39 „Bambus in der Morgenkapsel enthält sehr gut bioverfügbares Silicium, das die Kollagenbildung anregt und dem Knorpel Stärke und Elastizität über den Tag verleiht.“*

*oder*

*1.40 „Die tägliche Zufuhr von 40 mg UC-II® wurde sehr gut vertragen und führte zu einer Verbesserung der Knie-Streckung bei gesunden Probanden. Die Untersuchungen zeigen auch, dass UC-II® die Dauer der schmerzfreien Belastung verlängert und Gelenkschmerzen, die durch solche Aktivitäten entstehen können, lindern kann.“*

Mit Anwaltsschreiben vom 26.10.2017 wurde gegenüber dem Schutzverband die Abschlusserklärung abgegeben, so dass die Angelegenheit erledigt ist.

- (4)** Lebensmittel sind keine Arzneimittel! Jegliche krankheitsbezogene Werbung ist gemäß Art. 7 Abs. 3 LMIV verboten. Auf Abmahnung des Schutzverbandes hatte sich demgemäß ein Lebensmittelunternehmer zu verpflichten, es bei Meidung einer angemessenen Vertragsstrafe künftig zu unterlassen,

*„im geschäftlichen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland für das Lebensmittel L. mit folgenden Aussagen zu werben:*

*a) "L. bei Hashimoto"*

*und/oder*

b) *„Bei einer Autoimmunerkrankung wie der Hashimoto-Thyreoiditis ist L. die optimale Ergänzung.“*

*und/oder*

c) *„Bei Hashimoto-Thyreoiditis empfehlen wir 2 x 10ml L. täglich verdünnt mit ca. 100ml stillem Wasser.“*

*und/oder*

d) *„So versorgt L. den Körper auf einfache und leckere Weise mit allen wichtigen Vitaminen, Mineralstoffen und Spurenelementen.“*

*und/oder*

e) *„L. - Medizin und Gesundheit“*

*und/oder*

f) *„L. bei Diabetes“*

*und/oder*

g) *„Darum empfehlen wir bei Diabetes eine Basisversorgung von 2 x 10 ml L. jeweils verdünnt mit ca. 100 ml stillem Wasser.“*

- (5) Derselbe Lebensmittelunternehmer musste noch einmal abgemahnt werden und gab für das Lebensmittel L. folgende Unterlassungserklärung ab:

*„es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland für das Lebensmittel L. mit folgenden Aussagen zu werben:*

a) *„L. für's Immunsystem“,*

*und/oder*

b) *„L. [...] als gesunde Basis für Ihr Immunsystem“*

*und/oder*

c) *„L. versorgt die Zellen [...]“*

*es sei denn, die Werbung ergänzt in unmittelbarer Nähe den dem Health-Claim zugrunde liegenden Zusammenhang auch zwischen der Substanz und ihrer Wirkung.*

*und/oder*

d) *„mit allen wichtigen Mineralstoffen“.*

- (6) Schließlich gab es bei demselben Unternehmen noch Veranlassung zu einer weiteren Abmahnung. Diese führte zur Abgabe folgender Erklärung: Die Firma L. verpflichtet sich gegenüber dem Schutzverband

*„es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in der Bundesrepublik Deutschland für das Lebensmittel L. mit folgenden Aussagen zu werben:*

1.1 *„Darüber hinaus werden auch verbesserte Blutwerte hinsichtlich des Gesundheitsindikators Homocystein ... gemessen“,*

*wenn keine Nennung des Nährstoffs, der Substanz, des Lebensmittels oder der Lebensmittelkategorie entsprechend der Zulassung der gesundheitsbezogenen Angabe erfolgt.*

- 1.2 *„Darüber hinaus wurden auch verbesserte Blutwerte hinsichtlich [...] des Glückshormons Serotonin gemessen“.*

Das Unternehmen versprach für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung eine Vertragsstrafe von 5.100 €.

- (7) Ein internationaler Internetshop verpflichtete sich, im Rahmen seiner vielfältigen unzulässigen Werbung mit irreführenden, gesundheits- und krankheitsbezogenen Aussagen:

*„es zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen*

- 1.1 *das Produkt „C. Bio Triphala Kräutertabletten“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Achten Sie bei Ihrer Ernährung darauf, dass Sie genug hochwertige Öle zu sich nehmen, dies erleichtert die Ausscheidung der angesammelten Schlackenstoffe.“*

*und/oder*

- 1.2 *das Produkt „Amazonas Naturprodukte Schwarzkümmelöl“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Schwarzkümmelöl gilt vielerorts als das erfolgreichste Naturheilmittel der vergangenen 10 Jahre. Im Orient wird das Öl seit mehr als 3000 Jahren als Gewürz und Heilmittel hoch geschätzt. Schon der islamische Prophet Mohammed schrieb in seinem Buch „Hadith“ den symbolisch gemeinten Satz: „Schwarzkümmel heilt jede Krankheit außer den Tod. (...)“*

*Wirkungsweise:*

*Laboruntersuchungen brachten ans Licht, dass die ungesättigten Fettsäuren der mohnähnlichen Schwarzkümmelsamen als Vorstufe für die Synthese unserer Körperstoffe Prostaglandin E1 und E2 dienen und somit direkt auf unser Immunsystem Einfluss haben.“*

*und/oder*

- 1.3 *das Produkt „Amazonas Naturprodukte BIO Maca Pulver pur“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„... das Geheimnis der Inkas für körperliche und geistige Fitness (...)*

*„Für die Bewohner dieser Region ist Maca ein wertvolles Nahrungsmittel, das unter anderem einen hohen Anteil an wertvollen Mineralstoffen aufweist und seit Jahrhunderten als Fruchtbarkeitsmittel für Mensch und Tier eingesetzt wird.“*

*und/oder*

- 1.4 *das Produkt „Ayurveda Rhyner Shukra Bio Elixier“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Kräftigend“*

*und/oder*

*„Für alle, die ihr Gewebe aufbauen und stärken wollen, gibt Stärkung und verbessert die männliche, aber auch die weibliche Leistungskraft. Unterstützendes Elixier für eine*

*zufriedenstellende Sinnlichkeit in der Partnerschaft. Shukra ist kräftigend, wärmend und belebt die Stimmung.“*

*und/oder*

- 1.5 *das Produkt „Ayurveda Rhyner Jivani Bio Elixier“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Blutreinigend“*

*und/oder*

*„Jivani enthält die wichtigen Frauenpflanzen aus Ost und West und ist ein wunderbarer Begleiter durch alle weiblichen Lebensphasen und Zyklen - z. B. bei Kinderwunsch zur Kräftigung der weiblichen Organe. Reguliert, ist kühlend und blutreinigend.“*

*und/oder*

- 1.6 *das Produkt „Ayurveda Rhyner Dipana Bio Elixier“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Entlastend, Belebend“*

*und/oder*

*„Magenprofi (...) Dipana wird als Digestif getrunken. Ideal nach schweren Speisen oder bei schwacher Verdauungskapazität. Enthält bittere Kräuter, fördert das Verdauungsfeuer. Entlastet und belebt.“*

*und/oder*

- 1.7 *das Produkt „Ayurveda Rhyner Dyana Bio Elixier“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Beruhigend“*

*und/oder*

*„Dyana besänftigt die Gedankenkreisel, beseitigt mentale und körperliche Schlacken, ausgleichend für alle Typen. (...) befreit den Geist von allem Schweren und hilft zur Selbstregulation.“*

*und/oder*

- 1.8 *das Produkt „Ayurveda Rhyner Hrydaya Bio Elixier“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Reinigend, Verjüngend“*

*und/oder*

*„Herzensfluss (...) Der entschlackend Asava stärkt Herz und Kreislauf, reinigt die Gefäße von Ablagerungen. Beseitigt auf sanfte Art die Kapha Ansammlungen im Gewebe, besonders geeignet für die Generation ab 40+. Der Hrydaya reinigt Rakta Dhatu und wirkt verjüngend.“*

*und/oder*

- 1.9 *das Produkt „E. Naturprodukte Bio Sternanis“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Stärkt Abwehrkräfte (...)*

*Bereits in der Antike wurde der Sternanis als Heil(...)pflanze verwendet.*

*Insgesamt ist der Sternanis ein Allrounder und*

- trägt zum Erhalt einer normalen Atemwegsfunktion bei*
- trägt zum Erhalt einer normalen Magen-Darmfunktion bei*
- trägt zum Erhalt eines normalen Nervensystems bei*
- trägt zum Erhalt eines normalen Immunsystems bei.“*

*und/oder*

*„Vorbeugend in Grippezeiten: 2 mal täglich 1 Kapsel mit etwas Flüssigkeit einnehmen.“*

*und/oder*

- 1.10 *das Produkt „E. Naturprodukte Yucca“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Zur inneren Reinigung“*

*und/oder*

*„Keine Gewöhnungseffekte wie bei vielen Abführmitteln (...)*

*Yucca ist eine Wüstenpflanze, die bereits bei den indianischen Ureinwohnern als Heilpflanze diente. Die Wirkung von Yucca basiert auf Saponinen (...), die den Körper von innen „waschen“. Yucca wirkt vielseitig, weil es den Körper entlastet und dadurch Regenerationskräfte freisetzt. Dr. Ehrenberg hat Yucca mit Triphala, einer ayurvedischen Mischung zur Anregung der Darmtätigkeit und Brokkoli, zur zusätzlichen Bindung von Schadstoffen, kombiniert.“*

*und/oder*

- 1.11 *das Produkt „E. Naturprodukte Wild-Yamswurzel“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Heilpflanze“*

*und/oder*

- „trägt zu einem normalen Hormonhaushalt bei Frau und Mann bei*
- trägt zu einem normalen Stressmanagement bei.“*

*und/oder*

- 1.12 *das Produkt „E. Naturprodukte Reishi (Ling Zhi) Vitalpilz Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für einen normalen Schlaf (...)*

- Für den Erhalt einer normalen Atemwegsfunktion*
- Für den Erhalt eines normalen Cholesterinspiegels*
- Für den Erhalt einer normalen Nierenfunktion*
- Für den Erhalt normaler Gelenke.“*

*und/oder*



- 1.13 *das Produkt „E. Naturprodukte Grapefruitkernextrakt“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Der Extrakt enthält vor allem wertvolle Bioflavonoide und essentielles Vitamin C, beides starke Antioxidantien. (...)*

*Trägt zum Erhalt einer normalen Elastizität und Dichtheit von Gefäßen bei.*

*Trägt zum Erhalt einer normalen Verdauung bei.“*

*und/oder*

- 1.14 *das Produkt „E. Naturprodukte Bio Granatapfel“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für die Fruchtbarkeit*

*Stark antioxidativ“*

*und/oder*

*„Mit über 400 Samen pro Frucht ist dieser Apfel schon seit der Antike ein Symbol für Fruchtbarkeit! Die wertvollen Effekte werden dabei auf die zahlreichen sekundären Pflanzenwirkstoffen zurückgeführt, z.B. Phenole, Bioflavonoide und Phytohormone.“*

*und/oder*

- 1.15 *das Produkt „E. Naturprodukte Rotklee“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für den Stoffwechsel“ und/oder*

*Auch Männer profitieren von Rotklee da sie einen hohen Schutzeffekt auf die Prostata haben.*

*Yams trägt*

- zum Erhalt normaler Knochen bei.*
- zum Erhalt einer normalen Gedächtnisleistung bei.*
- zum Erhalt einer normalen Verdauung bei.“*

*und/oder*

- 1.16 *das Produkt „E. Naturprodukte Bio Rote Rübe“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für eine normale Leberfunktion“ und/oder*

*„Antioxidantien“ und/oder*

*„Für einen normalen Homocysteinspiegel“.*

*und/oder*

- 1.17 *das Produkt „E. Naturprodukte Rhodiola“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Erhöht die Widerstandskraft gegen Stress“ und/oder*

*„Die Rhodiola, bei uns auch Rosenwurz bekannte Heilpflanze aus der traditionell chinesischen Medizin, wird eingesetzt um Stressanfälligkeiten zu reduzieren. Rhodiola enthält Phytohormone, das sind pflanzliche Naturstoffe welche den menschlichen Hormonen in Funktion und Wirkung sehr ähnlich sind. (...)*

*Jiaogulan (...) spricht man diesem Kraut eine verjüngende Eigenschaft zu.“*

*und/oder*

1.18 *das Produkt „E. Naturprodukte MSM Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Schwefel ist ein lebenswichtiger Hauptteil von Enzymen und Immunglobulinen, und fördert die Bildung wichtiger Schutzstoffe.*

*MSM ist verantwortlich für:*

- die normale Kollagenbildung.*
- die Aufrechterhaltung von normalem Haar.*
- die Aufrechterhaltung von normalen Nägeln.*
- die Aufrechterhaltung des normalen Säure-Basen-Gleichgewichts.*
- die Aufrechterhaltung eines normalen Immunsystems.*
- die Aufrechterhaltung einer normalen Darmfunktion.“*

*und/oder*

1.19 *das Produkt „E. Naturprodukte Lactobac-M“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Idealer Reisebegleiter für die Unterstützung einer normalen Darmfunktion*

*Für ein normales Immunsystem.“*

*und/oder*

1.20 *das Produkt „E. Naturprodukte Krill Öl“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Astaxanthin wird gebildet durch Rotalgen. Es ist eines der stärksten uns bekanntesten Antioxidantien.“*

*und/oder*

1.21 *das Produkt „E. Naturprodukte Jiaogulan“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für ein normales Nervensystem*

*Für eine normale Durchblutung*

*Zum Erhalt normaler Blutwerte*

*Für normale Blutfettwerte*

*Zum Erhalt normaler Cholesterin- und Triglyceridwerte“.*

*und/oder*

- 1.22 *das Produkt „E. Naturprodukte Bio Maca + Cordyceps“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Laut historischen Aufzeichnungen wurde die Knollenpflanze Maca als "heilige Nahrung" betrachtet und erfolgreich als Aphrodisiakum sowie zur Erhöhung der Vitalität eingesetzt.*

- Für Libido, Körper und Geist*
- Traditionelles Stärkungsmittel aus den Anden*
- Für eine normale Verdauungsfunktion*
- Für eine normale Gedächtnisleistung*
- Zur Stärkung eines normalen Immunsystems“.*

*und/oder*

- 1.23 *das Produkt „E. Naturprodukte Curcuma forte“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Antioxidans aus Gelbwurz“.*

*und/oder*

- 1.24 *das Produkt „E. Naturprodukte Cissus“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für Leistungssportler oder Menschen mit körperlich anstrengender Tätigkeit*

*Zum Erhalt normaler Knochen, Gelenke, Bänder und Sehnen*

*Trägt zu einem normalen Muskelaufbau bei*

*Zum Erhalt von normalem Bindegewebe.“*

*und/oder*

- 1.25 *das Produkt „E. Naturprodukte Bio Brennnessel“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Remineralisiert den Körper*

- Zur normalen Nierenfunktion (...)*
- Reinigt das Hautbild*
- Für die normale Funktion der Nieren*
- Zum Erhalt einer normalen Verdauung.“*

*und/oder*

- 1.26 *das Produkt „E. Naturprodukte Bio Baobab Fruchtpulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Trägt zur Verringerung von Müdigkeit und Ermüdung bei*

*Trägt dazu bei, die Zellen vor oxidativem Stress zu schützen (...)*

*Regen die Verdauungstätigkeit an.“*

und/oder

- 1.27 das Produkt „E. Naturprodukte Aminosäuren Basic“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Aminosäuren erfüllen eine Vielfalt von physiologischen und neurologischen Aufgaben. Die Aminosäure Glutamin wird vom Körper besonders bei Stress, Krankheit und erhöhter Belastung verbraucht.(...)“*

*Fördert den normalen Muskelaufbau und -leistung bei Einnahme vor dem Training.“*

und/oder

- 1.28 das Produkt „Weihrauch Extrakt“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Weihrauch als Naturheilmittel“.*

und/oder

- 1.29 das Produkt „Yamswurzel Extrakt“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Die Yamswurzel gilt in Mexiko als Quelle der Jugend. Sie enthält Diosgenin, ein Inhaltsstoff, der den hormonellen Haushalt positiv beeinflussen kann. Unter anderem kann sie die Produktion von DHEA unterstützen.“*

*Während der Menopause kann die Einnahme von Yamswurzel Extrakt ausgleichend auf den Hormonhaushalt Einfluss nehmen und die typischen Begleiterscheinungen mildern.*

*In einer Studie aus dem Jahr 2011 wurde gezeigt, dass Yamswurzel Extrakt zur Verbesserung der Knochenstruktur beitragen kann.“*

und/oder

- 1.30 das Produkt „Tri Protect Magen-Darm Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Magen-Darm Kapseln“ und/oder*

- *„Unterstützt eine gesunde Verdauungsfunktion*

*Magen und Darm bilden mit Leber und Galle ein komplexes System, welches sensibel auf Ernährungsfehler, aber auch auf seelische Belastungen sowie Stress und Hektik reagiert.*

*Artischocken Extrakt hat sich seit langem zur Anregung des Gallenflusses und damit zur Förderung der Verdauung bewährt. Auch die Bitterstoffe des Löwenzahns und des Fenchels regen die Produktion der Verdauungssäfte auf natürliche Weise an.“*

und/oder

- 1.31 das Produkt „Tri Protect Immun Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Immun Kapseln“*

und/oder

*„für ein starkes Immunsystem“.*

*und/oder*

1.32 *das Produkt „Tri Protect Herz-Kreislauf Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Herz-Kreislauf Kapseln“*

*und/oder*

*„Trägt zum Schutz der Blutfettwerte bei“.*

*und/oder*

*„Das Herz ist der Motor des Lebens, seine Gesunderhaltung ist deshalb besonders wichtig. Herz- Kreislauf TriProtect unterstützt den Energiestoffwechsel und die Zellteilung. (...) Zusammen mit Vitamin E und Vitamin C und den Polyphenolen aus dem Extrakt von Olivenblättern unterstützen sie ein gesundes Herz-Kreislauf-System.“*

*und/oder*

1.33 *das Produkt „Tri Protect Haar Aktiva Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Zur Vorbeugung gegen natürlichen Haarausfall*

*Stabilisiert und kräftigt das Haar*

*Fördert Spannkraft und Glanz (...)*

*Für gesundes, glänzendes Haar.*

*Durch die einzigartige Kombination des Vitalpilzes Polyporus umbellatus, auch Eichhase genannt, dem Extrakt aus Bambussprossen und dem Zusatz natürlicher orthomolekularer Substanzen wie Zink, Folsäure, Biotin und Pantothenensäure, stabilisieren und kräftigen Sie Ihr Haar.*

*Das Silicium aus den Bambussprossen sorgt für Spannkraft, Glanz und Elastizität. Es unterstützt das gesunde Haarwachstum von innen heraus.“*

*und/oder*

1.34 *das Produkt „Tri Protect Gelenke Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Gelenke Kapseln“*

*und/oder*

*„Unterstützt den Aufbau von Bindegewebe*

*Fördert die Zellneubildung*

*Gelenke sind hochkomplexe und empfindliche Knochenverbindungen. Sie sind auf eine optimale Versorgung mit diversen Vitalstoffen angewiesen, damit sie auch bei starken Beanspruchungen und im höheren Lebensalter beweglich bleiben. (...)*

*Glukosamin ist ein natürlicher Baustein des Gelenkknorpels und ist ein wesentlicher Bestandteil der Gelenkschmiere.“*

*und/oder*

- 1.35 das Produkt „Tri Protect Gedächtnis Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen  
„Gedächtnis Kapseln“  
und/oder  
„Förderung der geistigen Leistungsfähigkeit, Vitalität und Konzentrationsfähigkeit“  
und/oder
- 1.36 das Produkt „Pleurotus Extrakt Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen  
„In der Mykotherapie findet er unter anderem wegen seines hohen Anteils an B-Vitaminen seinen Platz. Aber auch das Pleuran, ein  $\beta$ -Glucan, und das enthaltene Lovastatin machen ihn immer wieder zum Gegenstand wissenschaftlicher Forschung im Zusammenhang mit Cholesterin.“  
und/oder
- 1.37 das Produkt „OPC – Traubenkern Extrakt Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen  
„Besonders bemerkenswert sind die aus den Traubenkernen gewonnenen Polyphenole. Sie unterstützen den Schutz der Zellen vor oxidativem Stress.“  
und/oder
- 1.38 das Produkt „Polyporus Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen  
„Als verantwortliche Polyporus- Inhaltsstoffe wurden neben den Polyporusteronen A und B das Acetosyringon sowie ein 3,4-Dihydroxybenzaldehyd identifiziert. Diese Wirksubstanzen scheinen als bioaktive Komponenten beim Haar- Neuwachstum eine wichtige Rolle zu spielen, wobei der Mechanismus letztendlich noch ungeklärt ist.“  
und/oder
- 1.39 das Produkt „Polyporus Extrakt Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen  
„Als verantwortliche Polyporus- Inhaltsstoffe wurden neben den Polyporusteronen A und B das Acetosyringon sowie ein 3,4-Dihydroxybenzaldehyd identifiziert. Diese Wirksubstanzen scheinen als bioaktive Komponenten beim Haar- Neuwachstum eine wichtige Rolle zu spielen, wobei der Mechanismus letztendlich noch ungeklärt ist“  
und/oder
- 1.40 das Produkt „Heridium Pulver Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen  
„Ebenso lang ist die Geschichte dieses Pilzes als Mittel in der Traditionellen Chinesischen Medizin. Die TCM-Therapeuten schätzten damals vor allem die Fähigkeit des Heridium, ausgleichend auf diverse körperliche und psychische Prozesse einzuwirken und auf diese Weise einen aus seiner Ordnung geratenen Lebensrhythmus wieder zu

*harmonisieren. Daneben wird er vor allem zur Kräftigung des Magen-Darm-Trakts genutzt, was auf die immunstimulierenden Eigenschaften zurückgeführt werden kann.“*

*und/oder*

- 1.41 *das Produkt „Grüner Tee Extrakt Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für die Gewichtskontrolle (...)*

*Es gibt gewichtige Stimmen in der Wissenschaft dafür, dass Grüner Tee bei der Gewichtskontrolle durch Förderung des Fettabbaus hilft! (...)*“

*und/oder*

- 1.42 *das Produkt „Curcuma Extrakt Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für Verdauung & Appetit (...)*

*Das Gewürz für die Gesundheit (...)*

*Aus dem indischen Ayurveda stammt auch die traditionelle Anwendung von Curcuma als Unterstützung der Verdauung, aber ebenso zur Unterstützung einer normalen Gelenkfunktion und Abwehrkräfte.“*

*und/oder*

- 1.43 *das Produkt „Chlorella Pulver Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Bekannt wurde Chlorella ... in den letzten Jahren auch als Förderer einer normalen Funktion des Immunsystems.“*

*und/oder*

- 1.44 *das Produkt „Beeren Extrakt Mischung“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für beeren-starkes Sehvermögen (...)*

*Trägt zum Schutz der (Augen-) Zellen vor oxidativem Stress bei (...)*

*Hawlik Beerenmischung enthält die naturreinen Extrakte aus Erdbeere, Himbeere, Heidelbeere, Trauben, Granatapfel und Cranberry. Gemeinsam können sie dazu beitragen, dass unser wichtigstes Sinnesorgan auch bei besonderen Anstrengungen wie der Bildschirmarbeit optimal versorgt wird.*

*(...) zusätzlich nehmen sie mit jeder Hawlik Beeren Extrakt Mischung Kapsel ein ganzes Paket an Antioxidantien auf (...).“*

*und/oder*

- 1.45 *das Produkt „Schlank + Vital Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Schlank + Vital-Kapseln (...)*

*Die Schlank und Vitalpilzmischung ist für den Erhalt und zur Wiederherstellung des vitalen Gleichgewichts geeignet!“*

und/oder

1.46 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana - Magen“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Magen“

und/oder

„Die Wissenschaft der Verjüngung und Erneuerung

- Bei Stress
- Stärkt den Magen
- Wohltuend

*Der Magen ist häufig besonders viel Stress ausgesetzt -- unregelmäßige Mahlzeiten, fettiges und schweres Essen, Fast Food, aber auch psychische Belastungen hinterlassen ihre Spuren.*

*(...) Gewürze und Kräuter sind in einer vollwertigen ayurvedischen Ernährung von zentraler Rolle, da Sie viele Körperfunktionen positiv beeinflussen.“*

und/oder

1.47 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana - Lunge“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Lunge“

und/oder

1.48 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana - Leber“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Leber“

und/oder

„Für die Körperreinigung

*Bitterstoffe haben einen unterstützenden Effekt auf die Körperreinigung, speziell wirken sie auf Leber und Galle.“*

und/oder

1.49 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana - Herz“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Herz“

und/oder

*„Fit bis ins hohe Alter und das Herz stärken. Besonders ältere Menschen müssen darauf achten, dass Sie stark und vital bleiben und auf Ihr Herz-Kreislaufsystem achten. (...) Gewürze und Kräuter sind in einer vollwertigen ayurvedischen Ernährung von zentraler Rolle, da Sie viele Körperfunktionen positiv beeinflussen.“*

und/oder



- 1.50 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana - Zucker“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Zucker“

und/oder

„Bei Disharmonie des Zuckerhaushaltes empfiehlt der Ayurveda besondere Aufmerksamkeit auf die Ernährung zu legen.“

und/oder

- 1.51 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana - Verdauung“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Verdauung“

und/oder

„Rasayana für den Verdauungstrakt

Um unserem Verdauungssystem behilflich zu sein, die aufgenommene Nahrung optimal zu verdauen und auszuwerten, empfiehlt der Ayurveda eine Vielzahl an Gewürzen, wie Ingwer, Kreuzkümmel oder Pfeffer. Gewürze und Kräuter sind in einer vollwertigen ayurvedischen Ernährung von zentraler Rolle, da Sie viele Körperfunktionen positiv beeinflussen.“

und/oder

- 1.52 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana - Immunsystem“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Immunsystem“

und/oder

„Stärkende Kräuter fürs Immunsystem

Stärkt das Immunsystem (...)

Nicht nur in der kalten Jahreszeit ist die Stärkung des Immunsystems besonders wichtig.

Umweltgifte, Stress und Fast Food schwächen unser Immunsystem. Der Ayurveda empfiehlt neben Kräuteranwendungen auch die Verwendung zahlreicher Gewürze in der Ernährung, Bewegung und Reinigungskuren um unser Immunsystem zu stärken. Gewürze und Kräuter sind in einer vollwertigen ayurvedischen Ernährung von zentraler Rolle, da Sie viele Körperfunktionen positiv beeinflussen.“

und/oder

- 1.53 das Produkt „Maharishi Ayurveda MA1007 Meda II“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Bei erhöhtem Appetit

Zur Gewichtskontrolle (...)

Bei erhöhtem Appetit. Meda-Dhatu (Fettgewebe) harmonisierende Nahrungsergänzung.

und/oder

- 1.54 das Produkt „Maharishi Ayurveda MA1006 Meda I“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Bei normalem Appetit

Zur Gewichtskontrolle (...)

Bei normalem Appetit. Meda-Dhatu (Fettgewebe) harmonisierende Nahrungsergänzung.

und/oder

- 1.55 das Produkt „Maharishi Ayurveda MA 154 Di-Gest spezial“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Wenn Sie das Gefühl haben, es liegt Ihnen ein Stein im Magen, hilft Digest spezial, diese Blockade zu lösen. (...)

Zu viel gegessen? Völlegefühl, Blähungen? Eine starke Verdauungskraft (...) empfehlenswert nach üppigen Mahlzeiten.“

und/oder

- 1.56 das Produkt „Maharishi Ayurveda MA 5 Kräutertabletten“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Fürs Immunsystem

Unterstützt die Leberfunktion

Unterstützt das Nervensystem“.

und/oder

- 1.57 das Produkt „Amaiva Moringa Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„(...) vitalstoffreich“. und/oder

„Die Moringablätter haben einen sehr hohen Anteil an Antioxidantien und verfügen über einen außerordentlich hohen ORAC-Wert. ORAC nennt man die Maßeinheit, mit der man den Gehalt an Radikalfängern in Lebensmitteln misst.“

und/oder

- 1.58 das Produkt „Amaiva Maca Plus“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Vitalstoffe“

und/oder

„Ashwagandha hilft bei Stress wirkt stimulierend und energetisierend. Das Nachtschattengewächs gilt im Ayurveda schon lange als Muntermacher bei chronischer Müdigkeit.“

und/oder

„Maca ist ein altbekanntes Heilmittel.“

und/oder

- 1.59 *das Produkt „E. Naturprodukte Reishi (Ling Zhi) Vitalpilz-Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für einen normalen Schlaf (...)*

*Für den Erhalt einer normalen Atemwegsfunktion*

*Für den Erhalt eines normalen Cholesterinspiegels*

*Für den Erhalt einer normalen Nierenfunktion*

*Für den Erhalt normaler Gelenke.“*

*und/oder*

- 1.60 *das Produkt „Maharishi Ayurveda MA 347“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Stärkungsmittel für die geistig starke Frau (...)*

*Stimmungsschwankungen? Unwohlsein? Leistungsabfall?*

*und/oder*

- 1.61 *das Produkt „fangocur Mineral-Drink MICRO“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Bei Mundgeruch & für ein gesundes Zahnfleisch*

*Antibakteriell (...)*

*Bindet Schadstoffe und übel riechende Giftstoffe (...)*

*Der Mineral Drink Micro von fangocur wird aus natürliche vulkanische Heilerde gewonnen. (...)*

*Durch die mikrofeinen Bestandteile besitzt der Mineral Drink eine sehr große Oberfläche, welche es ermöglicht übel riechende Schadstoffe im Rachenraum zu binden und auszuscheiden.*

*Anwendung bei Mundgeruch, Zahnfleischentzündung und Parodontitis (Parodontose): (...)* nun einige Zeit zur Desinfektion des Rachenraums gurgeln.“

*und/oder*

- 1.62 *das Produkt „Feinstoff Moringablatt-Pulver bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„reich an Vitalstoffen“.*

*und/oder*

- 1.63 *das Produkt „Feinstoff Maharishi Ayurveda MA 1405“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Stärkungsmittel für die Atemwege*

*Für eine gute Stimme (...)*

*Wenn die Nase läuft (...)*

*Die Tage werden kürzer, die Temperaturen sinken – und schon heißt es aufpassen!*

*Die Nase läuft, der Hals kratzt und die Stimme versagt. Gerade in der kalten Jahreszeit ist die Gesunderhaltung der oberen Luftwege ein wichtiges Gesundheitsthema.*

*Die Hauptkomponente dieses Produktes, Tulsi (Ocimum santum, Heiliges Basilikum)... löst Schleim und stärkt so die Atemwege.*

*und/oder*

- 1.64 *das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana – Stoffwechsel“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*mit dem Begriff „Stoffwechsel“ im Produktnamen*

*und/oder mit den Aussagen*

*„Ein gut funktionierender Stoffwechsel ist die Basis für eine gute Gesundheit.“*

*und/oder*

- 1.65 *das Produkt „Naturya Naturya Bio Chlorella Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„reguliert den Körpergeruch*

*für mehr Vitalität und Wohlbefinden.“*

*und/oder*

- 1.66 *das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana – Gelenke“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Gelenke“*

*und/oder*

*„Kräutermischung für die Beweglichkeit*

*Für die Gelenksfunktionen (...)*

*Beweglichkeit bis ins hohe Alter – wer wünscht sich das nicht. (...) Gewürze und Kräuter sind in einer vollwertigen ayurvedischen Ernährung von zentraler Rolle, da Sie viele Körperfunktionen positiv beeinflussen.“*

*und/oder*

- 1.67 *das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana – Gehirn“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Gehirn“*

*und/oder*

*„Kräuter für einen klaren Geist (...)*

*Nervennahrung (...)*

*Ein klarer Geist hilft uns die Flut von Sinneseindrücken und Aufgaben, die jeden Tag auf uns einströmt zu filtern und zu verarbeiten. (...)*

*Gewürze und Kräuter sind in einer vollwertigen ayurvedischen Ernährung von zentraler Rolle, da Sie viele Körperfunktionen positiv beeinflussen.“*

*und/oder*

1.68 das Produkt „Helga – TANKE ALGE“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„low-carb“

und/oder

1.69 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana – Schlaf“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Schlaf“

und/oder

„Kräutermischung für einen gesunden Schlaf (...)

*Ein tiefer und erholsamer Schlaf ist die Grundlage für Gesundheit, Glück und Erfolg im Leben. (...)*

*Gewürze und Kräuter sind in einer vollwertigen ayurvedischen Ernährung von zentraler Rolle, da Sie viele Körperfunktionen positiv beeinflussen.“*

und/oder

1.70 das Produkt „C. Bio Ayus Rasayana – Nieren“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Nieren“

und/oder

„Kräuter zur Reinigung

- Für die Energiekanäle
- Fördert den Abtransport (...)

*Die Reinigung der Shrotas (Energiekanäle) und der Abtransport der Rückstände durch die Ausscheidungsorgane sind wichtig, damit die Lebensenergie frei fließen kann.“*

und/oder

1.71 das Produkt „H. Blutquick“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Die Inhaltsstoffe unterstützen die normale Bildung von roten Blutkörperchen. Sie tragen zur Verringerung von Ermüdungserscheinungen bei und unterstützen das Allgemeinbefinden. (...) Zur Unterstützung der natürlichen geistigen Entwicklung bei Kindern und zur Ergänzung bei Diäten und einseitiger Ernährung.“*

und/oder

1.72 das Produkt „H. Bittrio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Bitterstoffe für den Verdauungstrakt (...)

*Bittrio von H. enthalten Bitterstoffe welche die Produktion der verdauungsfördernden Körpersäfte anregen. Somit kann Nahrung leichter verstoffwechselt und besser verwertet werden. Schon in der Mundhöhle wird der bittere Geschmack wahrgenommen und Speichel erzeugt. Diese Bitterstoffe fördern die Produktion von Galleflüssigkeit und Magensäure und die Bauchspeicheldrüse wird angeregt.“*

*und/oder*

1.73 *das Produkt „Roobar Maca Cranberry bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„20% Cranberries ergänzen die Riegel mit Antioxidantien.“*

*und/oder*

1.74 *das Produkt „Halswohl Pilz-Tee bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Halswohl“*

*und/oder*

*„Seinem Namen alle Ehre macht Halswohl-Tee mit Holunder, Salbei, Kamille und Lavendel zur Beruhigung der Atemwege. Shiitake-Extrakt unterstützt bei der Überwindung von Infekten (...).“*

*und/oder*

1.75 *das Produkt „Roobar Cacao Nibs bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Rohe Kakaobohnen sind besonders reich an Antioxidantien.“*

*und/oder*

1.76 *das Produkt „Regenbogenkreis Spirulina Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Fürs Immunsystem.“*

*und/oder*

1.77 *das Produkt „R. Chlorella Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Stärkung des Immunsystems“.*

*und/oder*

1.78 *das Produkt „R. Afa-Algen Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Unterstützt eine Entgiftung“ (...)*

*„Für mehr Klarheit*

*Für die Konzentration“*

*und/oder*

1.79 *das Produkt „Maharishi Ayurveda MA686“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Gibt Kraft!*

*Ausgleichend (...)*

*MA686 Ashwagandha Komplex wird im Ayurveda empfohlen bei Angst, mentalen Spannungen und innerer Unruhe.“*

*und/oder*

*1.80 das Produkt „R. Moringa Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Beste Quelle natürlicher Antioxidantien“ (...)*

*Die Blätter sind reich an Antioxidantien.“*

*und/oder*

*1.81 das Produkt „Classic Ayurveda Bio Shallaki Extrakt Bowellia 75“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für die Gelenke*

*Fürs Blut“*

*und/oder*

*„Zu den Inhaltsstoffen zählen sekundäre Pflanzenstoffe (...). Diese haben eine entzündungshemmende Wirkung unterstützend.“*

*und/oder*

*1.82 das Produkt „S. Propolis-Tropfen“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Hilft bei der Abwehr (...)*

*Gegen Viren, Pilze und Bakterien“*

*und/oder*

*1.83 das Produkt „R. Dinkelgras Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„unterstützt eine Entsäuerung.“*

*und/oder*

*1.84 das Produkt „R. Bärlauch Tinktur Bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Entgiftend*

*Klärend (...)*

*Die schwefelhaltigen Inhaltsstoffen unterstützen eine Entschlackung und Entgiftung.“*

*und/oder*

*1.85 das Produkt „R. Chiasamen Bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für die Ausdauer (...)*

*sorgt für ein anhaltendes Sättigungsgefühl (...)*

*perfekt bei Heißhungerattacken  
unterstützt eine mentale Klarheit (...).“*

*und/oder*

*1.86 das Produkt „Classic Ayurveda Bio Triphala Guggulu Tabletten“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für Knochen & Gelenke*

*Für den Fettstoffwechsel*

*Fürs Blut.“*

*und/oder*

*1.87 das Produkt „R. Grapefruitkernextrakt 800“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Natürliche Unterstützung für die Abwehrkräfte*

*Für die Darmflora*

*Unterstützung bei Halsschmerzen (...)*

*In den Grapefruit Samen verbirgt sich ein Stoff, das wirksamer sein soll als Antibiotikum. Antibiotika beschränkt sich auf Bakterien. Grapefruitkernextrakt soll Viren, Bakterien, Hefe- und andere Pilze und Parasiten vertreiben.*

*Die wichtigsten Inhaltsstoffe sind die sekundären Pflanzenstoffe (...). Diese können freie Radikale im Körper neutralisieren.“*

*und/oder*

*1.88 das Produkt „R. Sango Meereskoralle Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Hilfe bei Übersäuerung“.*

*und/oder*

*1.89 das Produkt „Probiotisches Kräuter-Elixier“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Probiotisch“*

*„Fürs Immunsystem*

*Für den Stoffwechsel*

*Für Darm und Magen (...)*

*Probiotisches Kräutereelixier (...)*

*Als am wirksamsten werden jedoch fermentierte Kräuterauszüge in der traditionellen chinesischen Medizin (TCM) beschrieben. Die in diesem Probiotischen Kräuter-Elixier enthaltenen Kräuter zielen auf eine immunstärkende und stoffwechselregulierende Wirkung hin. Heidelbeeren enthalten Vitamin C und den Gerbstoff Tannin, welches die Schleimhautbildung fördert und pathogene Keime abtötet. Der blaue Farbstoff Myrtillin ist blutbildend und erhöht die Elastizität der Blutgefäße. Darüber hinaus hat der Kräuterauszug eine wohltuende und regulierende Wirkung auf Magen und Darm.“*



*und/oder*

1.90 *das Produkt „Classic Ayurveda Bio Mandukaparni“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für die Haut*

*Fürs Gehirn*

*Fürs Blut (...)*

*Sie wird auch Hirntonikum und Blutreiniger genannt. Sie unterstützt auch der Haut und ist ein Verjüngungsmittel für Pitta.“*

*und/oder*

1.91 *das Produkt „Maharishi Ayurveda MA938 Golden Transition I“ und „Maharishi Ayurveda MA939 Golden Transition II“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für die Hormon-Balance*

*Für die Balance der Lebensphase*

*Bei Wechseljahr-Beschwerden*

*Bei Stimmungsschwankungen (...)*

*Hormonelle Umstellungen? Stimmungsschwankungen? Hitzewallungen?*

*und/oder*

1.92 *bei dem Produkt „Amaiva Quick Basic Basenpulver“ eine Verlinkung auf den Artikel „Basenpulver – Was bringen die basischen Pulver wirklich?“ vorzunehmen*

*und/oder*

1.93 *das Produkt „Maharishi Ayurveda MA1778“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Sagen Sie Alpträumen den Kampf an! (...)*

*Für den guten Schlaf (...)*

*Eignet sich:*

*bei Apträumen*

*bei nächtlichen Stimmungsschwankungen*

*für das Vata und Pitta Gleichgewicht im Nervensystem“*

*und/oder*

1.94 *das Produkt „Classic Ayurveda Bio Tulsi gemahlen“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Für den Magen-Darm-Trakt*

*Für die Verdauung*

*Basilikum galt einst als "Königskraut" und ist seit dem Altertum in Asien und Europa zu Recht als Heilmittel bekannt.*

*In der europäischen Volksheilkunde ist Basilikum vor allem für seine Wirkung auf den Magen-Darm-Trakt bekannt. Es hilft unterstützend bei der Verdauung und kann – aufgrund seiner krampflösenden, antibakteriellen und beruhigenden Eigenschaften – bei Blähungen und Krämpfe helfen.“*

und/oder

- 1.95 das Produkt „Amaiva Detox Caps“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Entgiftungs-Kur (...)*

*Die natürliche Entgiftungskur für jeden Tag (...)*

*Die kleinen grünen Presslinge bieten eine ideale Detox Kur ohne Nebenwirkungen. Die enthaltenen Algen versorgen den Organismus mit Vitaminen, Mineralstoffen und Aminosäuren, unterstützen den gesamten Verdauungstrakt und helfen dabei Schlacken- und Giftstoffe auszuscheiden.*

*Die 30-Tage Kur mit Entschlackungs-Effekt*

*Ob Müdigkeit, Schläppheit, Kopfschmerzen oder andere Beschwerden - ist der Säure-Basen-Haushalt gestört leidet der ganze Organismus. Die Zeichen einer Übersäuerung können vielfältig und nicht immer auf den ersten Blick erkennbar sein. Die 30-Tage-Detox-Kur mit natürlichem Entsäuerungs- und Entschlackungs-Effekt helfen auf schonende Weise dem Körper Schlacken zu lösen und Giftstoffe auszuscheiden.“*

und/oder

- 1.96 das Produkt „Amaiva Herbal Caps“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Vor allem das Verdauungssystem benötigt viele Bitterstoffe. Sie unterstützen die Schleimhäute und halten diese elastisch und beweglich. Bitterstoffe sind auch Appetitzügler und dienen deshalb auch als beliebter Begleiter einer Diät.“*

und/oder

- 1.97 das Produkt „Amla Natur Basengetränk“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Für den Säure-Basen-Haushalt (...)*

*In einem gesunden Körper ist auch der Säure-Basen-Haushalt in Ordnung.“*

und/oder

- 1.98 das Produkt „austroHEMP Protein vitamin „mood food“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

*„Natur pure für Detox, Sport und Gewichtsmanagement (...)*

*Durch die gezielte orthomolekulare Mikronährstoffzufuhr werden Vitalstoffe bedarfsgerecht und rein natürlich ersetzt und ein etwaiger Mehrbedarf durch Diäten, Sport, Rekonvaleszenz oder Stress ausgeglichen. Der Grüne Tee-Extrakt liefert antioxidative Polyphenole (Catechine). (...)*

*Die vielen natürlichen Ballaststoffe im Protein vitamin sind für eine normale Verdauung und den Stoffwechsel unverzichtbar. Laut des aktuellen Ernährungsberichtes führen*

alle Bevölkerungsgruppen zu wenig Ballaststoffe zu. Diese unverdaulichen Pflanzenbestandteile (z.B. Nahrungsfasern) sind aber wichtige Nährstoffe für eine gesunde Darmflora, sogenannte Präbiotika. Sie binden Giftstoffen im Darm und sorgen für einen langsameren Kohlenhydrat-Abbau, was zu einem konstanten Blutzuckerspiegel verhilft.

Unser Protein vitaminisiert dich optimal, wenn´s einmal heiß hergeht. Es eignet sich beim Sport genauso wie zur Unterstützung bei low carb-Diäten oder zur Steigerung der Nervenkraft und Stressresistenz.

Zur Aktivierung des Stoffwechsels und für Entgiftungskuren

Natürliche Maßnahme im Gewichtsmanagement z.B. als vollwertiger Mahlzeitenersatz (...)

ernährungsphysiologische Unterstützung im Gewichtsmanagement

macht Schluss mit der Achterbahnfahrt im Blutzuckerspiegel und hält den Blutzucker unter Kontrolle (...)

Die unlöslichen Ballaststoffe decken den Bedarf und tun Darm und Verdauung gut!“

und/oder

„low carb“

und/oder

„Vitalstoffe“

und/oder

1.99 das Produkt „Govinda Chlorella“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„vor und während Entschlackungskuren“.

und/oder

1.100 das Produkt „E. Naturprodukte Entschlack Dich- Basenpulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Entschlack Dich“

und/oder

„Bringt den Körper wieder in Balance

Unterstützt den Detox-Prozess im Körper

Für die Reinigung von innen

Fürs Immunsystem (...)

Wenn Sie müde, stressgeplagt und ausgelaugt sind, ist es an der Zeit für eine Auszeit um den Körper wieder in Balance zu bringen.

Mit diesem Entschlack dich Basenpulver von Dr. Ehrenberger wird die Reinigung von innen in Gang gesetzt. Leber, Nieren und Haut wird neue Energie zugeführt und das Immunsystem unterstützt, somit kann der Detox Prozess im Körper starten.“

„Das hochwertige Calcium-Citrat wird vom Körper schnell aufgenommen und hat eine besonders entsäuernde Wirkung auf unseren Organismus. (...) wirkt das enthaltene

*Magnesium (...) verdauungsfördernd (...) Auch das Immunsystem wird durch die Einnahme dieses neuen Entschlack dich Basenpulver gestärkt. Dafür verantwortlich ist die äußerst wirkstoffreiche Aloe Vera. (...) schmerzstillende Wirkstoff Salicylsäure.“*

*und/oder*

*1.101 das Produkt „E. Naturprodukte Bio Moringa Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„In der ayurvedischen Heilkunde ist Moringa bekannt als "Wunderbaum" (...).*

*Die Blätter des Moringa Oleifera sind ein wahres "Superfood". Sie sind reich an Nährstoffen, Vitaminen und Spurenelementen und haben eine antioxidative Wirkung. (...)*

*und/oder*

*„ORAC (Antioxidans-Wert): > 45.000“.*

*und/oder*

*1.102 das Produkt „E. Naturprodukte Bio Akazienfaser Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Ballaststoffe für den Darm (...)*

*Bläht nicht so auf (...)*

*Ballaststoffe unterstützen die Darmfunktionen. (...)*

*Erhöht das subjektive Sättigungsempfinden.“*

*und/oder*

*1.103 das Produkt „Classic Ayurveda Bio Kanchanara Guggulu Tabletten“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Für Knochen & Gelenke*

*Für den Fettstoffwechsel*

*Fürs Blut (...)*

*Guggulu (Commiphora mukul), auch Guggul oder Indische Myrrhe genannt, besitzt in der asiatischen Heilslehre des Ayurveda eine lange Tradition. Sein Harz wurde zu verschiedenen Behandlungszwecken verwendet.“*

*und/oder*

*1.104 das Produkt „Himalaya Pure Herbs Turmeric“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Das Heil(...)mittel (...)*

*Wirkt antibakteriell und entzündungshemmend*

*Turmeric hilft die Gefäße und die Leber zu schützen und die Leber zu entgiften.“*

*Für Gefäße und Leber (...)*

*Curcuma hat eine vielseitige Wirkung auf den menschlichen Körper. Turmeric hilft die Gefäße und die Leber zu schützen und die Leber zu entgiften. (...)*

*hilft unterstützend bei chronisch kalte Hände und Füße*

*hilft unterstützend bei dauerhafte Ermüdungserscheinungen*

*unterstützt die Produktion von verdauungsfördernde Flüssigkeiten*

*trägt zu einer normalen Gallen- und Leberfunktion bei“*

*und/oder*

*1.105 das Produkt „Classic Ayurveda Kaishore Guggulu Tabletten“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Für Knochen & Gelenke*

*Für den Fettstoffwechsel*

*Fürs Blut“*

*„Guggulu (Commiphora mukul), auch Guggul oder Indische Myrrhe genannt, besitzt in der asiatischen Heilslehre des Ayurveda eine lange Tradition. Sein Harz wurde zu verschiedenen Behandlungszwecken verwendet.“*

*und/oder*

*1.106 das Produkt „W. Bauchfein – Für Reiter“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Unterstützt die Darmfunktion (...)*

*Sogenannte "Resistente Stärke" spielt in der Verdauung eine besondere Rolle. Im Gegensatz zur normalen Stärke, wie z.B. gekochte Kartoffeln oder Brot die vollständig im Dünndarm verdaut wird, erreicht Resistente Stärke unverdaut den Dickdarm. Somit kann es dort von Darmbakterien in organische Säure zersetzt werden.“*

*und/oder*

*1.107 das Produkt „R. Chlorella Presslinge“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Chlorophyll fürs Immunsystem“*

*und/oder*

*1.108 das Produkt „R. Spirulina Tabletten“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Fürs Immunsystem“*

*und/oder*

*1.109 das Produkt „R. Reishi Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Der Heilpilz aus China*

*Für die Gesundheit*

*Für mehr Vitalität“*

*und/oder*

*1.110 das Produkt „R. Erdmandelflocken“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Für die Verdauung (...)*

*Verdauungsfördernd*

*Sättigend (...)*

*Da Erdmandeln ein schnelles Sättigungsgefühl erzeugen, wird es gerne zur Unterstützung bei der Gewichtskontrolle genommen.“*

und/oder

1.111 das Produkt „Himalaya Pure Herbs Asparagus“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Für die weiblichen Fortpflanzungsorgane (...)

Shatavari wirkt auf die weiblichen Fortpflanzungsorgane und Fruchtbarkeit der Frau. Shatavari ist eine hervorragende Quelle für pflanzliche Hormone und sehr empfehlenswert in den Wechseljahren.“

und/oder

1.112 das Produkt „R. Matcha Pulver Fuku“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Hoher Antioxidantiengehalt“

und/oder

1.113 das Produkt „R. Afa-Algen Presslinge“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Unterstützt eine Entgiftung“

„Für mehr Klarheit

Für die Konzentration“

und/oder

1.114 das Produkt „Himalaya Pure Herbs Bacopa“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Die Aussagen

Für Gedächtnis und Geist (....) Es gilt als Tonikum für Herz und Nerven.“

und/oder

1.115 das Produkt „Regenbogenkreis Baobab Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Für Leber und Verdauung

Fürs Immunsystem (...)

Die Blätter werden gerne zur Unterstützung der Verdauung verwendet.“

und/oder

1.116 das Produkt „Himalaya Pure Herbs Triphala“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Unterstützt eine Entschlackung (...)

Für die Verdauung“

und/oder

1.117 das Produkt „R. Aloe Vera Saft“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Natürliche Hilfe bei Sonnenbrand“

„100 bioaktive Vitalstoffe“

und/oder

1.118 das Produkt „Himalaya Pure Herbs Neem“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Auch bei Hautproblemen kann Neem unterstützend eingesetzt werden.“

und/oder

1.119 das Produkt „Himalaya Pure Herbs Amla C“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Für Haut, Haare und Nägel“

und/oder

1.120 das Produkt „R. Moringa Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Antioxidantien“ (...) „Die Blätter sind reich an Antioxidantien. (...)

Reinigungskraft der Samen (...)

Auf den Philippinen sagt man ihr auch eine Anregung der Milchproduktion von stillenden Frauen und besonders gute Nährstoffversorgung von Kindern nach.“

und/oder

1.121 das Produkt „Amazonas Naturprodukte BIO Acai Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Die Powerbeere für natürlichen Zellschutz (...)

Antioxidans (...)

Frische Acai Beeren sind außergewöhnlich reich an Antioxidantien. Um den hohen Gehalt der antioxidativen Substanzen im Endprodukt zu erhalten, verwenden Sie für 1 kg Acaipulver ca. 20 kg sorgfältig ausgewählte Acai Beeren.“

und/oder

1.122 das Produkt „Feinstoff Bio Kale Pulver“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Wirkt entsäuernd & entstickend“

und/oder

1.123 das Produkt „Feinstoff Bio Chia Samen“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Für Energie, Ausdauer & Kraft (...)

Während des Sports und beim Abnehmen sind wir eine tolle Unterstützung.“

und/oder

1.124 das Produkt „V. Chia-Kakao Smoothie bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Für die Abwehrkräfte“

und/oder

1.125 das Produkt „Amaiva Energy Caps“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen

„Mit starken anti-oxidativen Vitalstoffen (...)“

*Im beruflichen Alltagsstress, beim Sport, während Prüfungen oder in anderen Phasen erhöhter Leistung benötigt unser Körper besonders viel Energie. Viele natürliche Vitalstoffe aus Kräutern und Pflanzenteilen sind dafür bekannt, den Körper in solchen Zeiten ausreichend zu versorgen.“*

*und/oder*

*1.126 das Produkt „Amaiva Coenzym Q10“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Natürlicher Vitalstoff“*

*„Coenzym Q10 hat eine antioxidative Eigenschaft.“*

*und/oder*

*1.127 das Produkt „V. Hanfprotein Pulver bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Für den Stoffwechsel“*

*und/oder*

*1.128 das Produkt „V. Gerstengras Pulver bio“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Bio Gerstengras Pulver von VRYNG unterstützt die innere Reinigung und betankt Ihren Körper mit Ballast- und Vitalstoffen.“*

*und/oder*

*1.129 das Produkt „Classic Ayurveda Bio Garcinia“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Ayurvedische Gewichtskontrolle*

*natürlicher Sattmacher*

*Für den Stoffwechsel*

*Der Hauptbestandteil von Garcinia ist die Hydroxyzitronensäure (HCA). HCA wirkt im Stoffwechsel als effektiver Gegenspieler der Fettsäuresynthese. HCA reduziert die Umwandlung von Kohlenhydrate (in Nahrung) zu Körperfett. Es wirkt als natürlicher Appetitzügler.“*

*und/oder*

*1.130 das Produkt „Amla Natur Bio Chlorella Tabletten“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Unterstützt die Entschlackung (...)*

*Chlorella ist bekannt für ihre positive Unterstützung bei der gesunden Entschlackung.“*

*und/oder*

*1.131 das Produkt „Amla Natur Bio Cranberry Tabletten“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*„Hoher Antioxidans-Gehalt (...)*

*Mit hoher Schutzfunktion*

*Für die Blase (...)*

*Die Cranberry enthält wertvolle bioaktive Pflanzenstoffe mit hoher Schutzfunktion. Das antioxidative Potential der Cranberry wurde in einer Studie mit einem Wert von 95 TAC*



*(Total Antioxidant Capacity) bestimmt. Weitere Untersuchungen weisen darauf hin, dass Cranberries die gesunde Blasenfunktion unterstützen können.“*

*und/oder*

1.132 *das Produkt „L. ArthroDisc Gelenk- und Bandscheiben-Kapseln“ in den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Gelenk- und Bandscheiben-Kapseln“*

*und/oder*

*„Bei Gelenks- und Bandscheibenbeschwerden“.*

*„(...) zum Schutz und Aufbau von Gelenken und Bandscheiben“ sowie*

*„ArthroDisc ist das weltweit erste und einzige Produkt, das einen Regenerationsschub in den Knorpeln der Gelenke UND in den Knorpeln der Bandscheiben auslöst, da mit roten und grünen Kapseln Gelenke und Bandscheiben gleichzeitig mit allen für den Knorpelaufbau wichtigen Nährstoffen versorgt werden. Dadurch wird der Abnutzung gezielt entgegengewirkt und schmerzfreie Bewegung kann wieder bis ins hohe Alter möglich sein.“*

*„ArthroDisc enthält Glucosamin und Chondroitin, die an Aufbau und Reparatur der Knorpel beteiligt sind sowie als Nährsubstanz der Gelenkflüssigkeit gelten. Sie aktivieren den Knorpelstoffwechsel, sorgen für eine reibungslose Bewegung des Gelenks sowie der Bandscheiben und schützen dadurch den Knorpel vor dem Austrocknen. Zusätzliche Vitamine und Aminosäuren sowie das Spurenelement Mangan optimieren die Wirkungen und sorgen für die Elastizität der Bänder.*

*Die jeweiligen Wirkstoffe wurden jeweils auf das Gelenk oder die Bandscheiben abgestimmt.*

- Die roten Kapseln behandeln die Gelenke und*
- die grünen Kapseln behandeln die Bandscheiben.*

*Anwendungsgebiete:*

*ArthroDisc ist eine bilanzierte Diät für besondere medizinische Zwecke zum Schutz und Aufbau von Gelenken und Bandscheiben. Empfehlenswert bei Beschwerden der Gelenke, Wirbel, Knorpel, Bänder und Bandscheiben aufgrund von Entzündungen, Verletzungen, Abnutzung, Über- und Fehlbelastung sowie zur Vorbeugung derartiger Beschwerden.*

*Wirkung:*

*unterstützt die Kollagenbildung für die Erhaltung normaler Knochen*

*fördert die Knorpel- und Bindegewebsbildung*

*versorgt Ihre Gelenke mit allen Aufbaustoffen*

*regt den Wiederaufbau der Knorpel an*

*fördert die Bildung der Gelenkschmiere*

*wirkt als kraftvolles Antioxidans im Gelenk.“*

*und/oder*

1.133 *das Produkt „E. Naturprodukte Entzündungshemmer Weihrauch Kapseln“ den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

„Entzündungshemmer“

und/oder

„Helfen unterstützend bei Entzündungsprozessen (...)

Rund 80% aller gesundheitlichen Beschwerden sind chronische Krankheiten. Die Ursache vieler chronischer Erkrankungen sind Entzündungen. Die Symptome äußern sich in Muskel- und Gelenksbeschwerden, Darmprobleme, Lebererkrankungen oder dem Verschluss wichtiger Gefäße. (...)

Weihrauch ist eines der wichtigsten naturheilkundlichen Mittel. Ähnlich wie Cortison können die Boswellia-Säuren des Weihrauchs Entzündungsprozesse hemmen und damit verbundene Schmerzen. Unterstützt wird diese Wirkung des Weihrauchs durch Curcuma, eine der bekanntesten indischen Heilpflanzen und durch Ingwerextrakt. Zahlreiche Studien belegen die Wirkung dieser drei Heilpflanzen.

Curcuma unterstützt die Leber. Die Leber ist unser größtes Stoffwechselorgan. Curcuma ist ein Superfood und die Pflanzenstoffe sind potentielle Radikalfänger und wirken somit antioxidativ.

Ingwer hilft unterstützend bei Schmerzen und Gelenkschmerzen Auch bei Übelkeit kann Ingwer eingesetzt werden.“

und/oder

1.134 das Produkt „E. Naturprodukte Entzündungshemmer Bittermelone“ den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit der Aussage

„Bittermelone reguliert den Zucker natürlich (keine Unterzuckerung)“

und/oder

1.135 das Produkt „E. Naturprodukte Vital Fit 50+ mit Tribulus“ den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen

„Für die Libido

Bei Stimmungsschwankungen

Bei Stress

Vital Fit 50+ mit Tribulus unterstützt das Anti-Aging Hormon DHEA, welches eine Vorstufe der Sexualhormone, beider Geschlechter, ist. Es unterstützt die Stimulierung von Testosteron (männliche) sowie auch von Östradiol (weibliche) Hormone, und unterstützt somit einen Verjüngerungseffekt auf den gesamten Organismus:

Für die Fruchtbarkeit und Ausdauer

Für die Regenerationskräfte

Für den Cholesterinspiegel und Blutdruck

Für die Gefäße und Durchblutung.

DHEA spielt eine Rolle im Immunstoffwechsel, bei Hirnstoffwechselvorgängen und ist ein natürlicher Antagonist von Cortisol, dem Stresshormon. (...)

Vital Fit 50+ mit Tribulus

unterstützt die Vitalität, Leistungsfähigkeit und Regenerationskräfte

vermindert unterstützend Körperfett

lässt die Haut strahlen

*unterstützt die Widerstandskraft, hilft die Auswirkung von Stress zu reduzieren  
unterstützt ein sexuelles Verlangen vor allem bei älteren Generationen.“*

*und/oder*

1.136 *das Produkt „E. Naturprodukte Bio Tausendgüldenkraut Kapseln“ den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit der Aussage*

*„Heilpflanze“*

*und/oder*

1.137 *das Produkt „E. Naturprodukte Chia Samen Öl Kapseln“ den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit der Aussage*

*„Antioxidans“*

*und/oder*

1.138 *das Produkt „E. Naturprodukte Aronia + Kona“ den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„2 starke Antioxidans Beeren (...)*

*Reich an natürlichen Antioxidantien (...)*

*„In den osteuropäischen Ländern gilt die Aroniabeere als Heilpflanze.*

*„Während Kaffee-Liebhaber sich nur um die geröstete und gemahlene Bohne kümmern, wird hier die Schale der Kaffeebohne geschätzt, die vor Antioxidantien nur so strotzt. Der ORAC-Wert der Konabeere liegt bei unglaublichen 6.000 Einheiten pro Gramm. (...)*

*reich an natürlichen Antioxidantien - Anthocyane, OPC (bekannt aus Traubenkernen)  
(...)*

*3 Kapseln haben die antioxidative Kraft von 3 Bio-Äpfeln mit Schale“.*

*und/oder*

1.139 *das Produkt „M. Hanföl Kapseln“ den Verkehr zu bringen und/oder in den Verkehr bringen zu lassen und/oder zu bewerben und/oder bewerben zu lassen mit den Aussagen*

*„Omega-Fettsäuren werden als vorteilhaft für das Herz-Kreislauf-System angesehen, wirken unterstützend entzündungshemmend und vorteilhaft auf einen normalen Cholesterinspiegel und das Immunsystem“*

- (8)** Ein weiterer pharmazeutischer Unternehmer hatte sich auf Abmahnung des Schutzverbandes zu verpflichten, es zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen zu Wettbewerbszwecken für das Nahrungsergänzungsmittel C. wie folgt zu werben:

*„a) "Die neue Gelenkversorgung aus der Apotheke"*

*(konkrete Verletzungsform unterstrichen)*

*und/oder*

*b) "Knorpelabbau aktiv begegnen"*

*Um den Abbau der schützenden Knorpelschicht in den Gelenken zu bremsen, aber auch, um dem Verschleiß vorzubeugen, muss man bereits früh aktiv werden und sich bewegen. Das hält die Gelenke geschmeidig und ist auch eine Grundvoraussetzung dafür, dass der Knorpel gut versorgt wird. Zusätzlich ist eine ausreichende Versorgung mit den richtigen Nährstoffen wichtig.*

*Die richtigen Nährstoffe  
Hilfe kommt von natürlichen Kollagen-Peptiden in Trinkampullen."*

*und/oder*

*c) „Sie (= die Kollagen-Peptide) regen die Zellen an, wieder mehr frisches Kollagen zu produzieren"*

*und/oder*

*„Werden die Gelenke besser mit Nährstoffen versorgt, gehen die Schmerzen zurück und Bewegung fällt wieder leichter"*

*wenn dies geschieht neben der Abbildung einer Trinkampulle und der Verkaufsverpackung von „C.“ gemäß Anlage A.“*

**(9)** Landgericht Berlin

Az.: 91 O 60/17 - Teilerkenntnis- und Versäumnisurteil

Auf Antrag des Schutzverbandes erließ nach einem ergebnislosen Abmahnverfahren das Landgericht Berlin folgendes Teilerkenntnis- und Versäumnisurteil:

*„Der Antragsgegnerin wird bei Androhung der üblichen Ordnungsmittel untersagt,*

*a. das Produkt „boost“ Kraftriegel mit den Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*aa. Deswegen nutzen wir ausschließlich biozertifizierte Zutaten ..*

*und/oder*

*bb. Die schnelle Energieaufnahme durch den Waldhonig bewirkt bei gleichmäßiger Blutzuckerkurve, dass das Sättigungsgefühl lange anhält.*

*b. das Produkt „balance“ Kraftriegel mit den Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*aa. 100% BIO QUALITÄT: reine und auserlesene Bio-Zutaten.*

*und/oder*

*bb. Wenn die Hektik überhand nimmt, bringt BALANCE dir den Ausgleich für Körper, Seele und Geist.*

*und/oder*

*cc. Dabei ist es gut geeignet, schlappe Gemüter anzuregen. Dem Zimt wird eine durchblutungsfördernde, dabei beruhigende Wirkung zugeschrieben.*

*c. das Produkt „heal“ Kraftriegel mit den Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*aa. 100% BIO QUALITÄT: reine und auserlesene Bio-Zutaten.*

*und/oder*

*bb. Wenn dein Körper Erholung braucht, ist es Zeit für HEAL.*

*und/oder*

*cc. Geschmacklich basiert dieses herzhaftes Kraftpaket vor allem auf Curry und Kardamom, das verdauungsfördernd wirkt. Mit seiner ungewöhnlichen Mischung aus süß und herzhaft ist das unser veganer Leckerbissen gegen Heißhungerattacken.*

*d. das Produkt „kick“ Kraftriegel mit den Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*aa. 100% BIO QUALITÄT: reine und auserlesene Bio-Zutaten.*

*und/oder*

*bb. ... macht KICK dich wieder wach.*

*und/oder*

*cc. Das enthaltene Koffein hilft die Aufmerksamkeit zu erhöhen und die Konzentration zu verbessern.*

*e. das Produkt „strength“ Kraftriegel mit den Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*aa. 100% BIO QUALITÄT: reine und auserlesene Bio-Zutaten*

*und/oder*

*bb. Wenn deine nächste Etappe ansteht, sorgt STRENGTH für die nötige Kraft*

*und/oder*

*cc. Dieses Kraftpaket ist leicht verdaulich und liefert die Energie, die du brauchst.*

*f. das Produkt „focus“ Kraftriegel mit der Aussage zu bewerben und/oder bewerben zu lassen*

*Deswegen nutzen wir ausschließlich biozertifizierte Zutaten ...*

*g. die Produkte „focus“, „balance“, „heal“, „kick“, „boost“ und „strength“ mit der Angabe „Kraftriegel“ und/oder „Kraftpaket“ zu bewerben und/oder bewerben zu lassen.*

**(10)** Auch Tee ist ein Lebensmittel. Über die Problematik des Wortes Detox haben wir oben unter Hinweis auf die BGH-Entscheidung berichtet. Hier betrieb ein Unternehmen ein riskantes Wortspiel, indem er als Teevertrieb sich den Namen TEATOX GmbH gab.

Im Rahmen einer Unterlassungserklärung verpflichtete sich der Unternehmer rechtsverbindlich gegenüber dem Schutzverband

*„a) es in Zukunft zu unterlassen, die Produkte „S. MORNING“ und „S. NIGHT“ mit den folgenden Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen:*

*aa) „S. Detox“ (Seite 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11 Anhang A)*

*und/oder*

*bb) „Unsere TEATOX-Community berichtet [...] von einem verbesserten Hautbild, weniger Blähungen, tieferem Schlaf“ (Seite 2 Anhang A)*

*und/oder*

*cc) „Die Mischungen wurden so entwickelt, dass die Zutaten Deinen Körper bei den natürlichen Entgiftungsprozessen unterstützen.“ (Seite 4 Anhang A)*

*und/oder*

dd) „Detoxing = Entschlackung und Entgiftung des Körpers – Toxine = Umweltgifte, Pestizide, u.v.m. können Nieren, Leber & Co. überlasten – Symptome = Müdigkeit, Antriebslosigkeit, unreine Haut, Gewichtszunahme, Kopfschmerzen – TEATOXING“, wie nachfolgend abgebildet:



und/oder

ee) „so verstehen wir unter TEATOXING die Entgiftung mit natürlichen Tees auf natürliche Weise“ (Seite 6 Anhang A)

und/oder

ff) „Unser S. Detox Programm besteht aus einem Morgen- und Abendtee, das dich bei der Entgiftung deines Körpers unterstützt.“ (Seite 6 Anhang A)

und/oder

gg) „Es kann daher zur Übersäuerung, Ablagerungen im Zellgewebe und Verstopfung der Arterien kommen. Mithilfe einer täglich sanften und über einen bestimmten Zeitraum intensiven Entgiftung kann man den Körper dabei unterstützen sich von Innen zu reinigen.“ (Seite 6 Anhang A)

und/oder

hh) „Hierdurch können Schadstoffe abtransportiert sowie überschüssige Kilos abgebaut und der Körper wieder ins Gleichgewicht gebracht werden.“ (Seite 7 Anhang A)

und/oder

ii) „Anzeichen dafür, dass dein Körper „eine Auszeit benötigt“ können chronische Müdigkeit, Schlaflosigkeit, Gereiztheit, Magenprobleme, Verdauungsschwierigkeiten, Kopfschmerzen oder Hautprobleme wie z.B. Akne oder Neurodermitis sein.

*Auch bei Übergewicht oder unerwünschte Gewichtszunahme kann eine Detox-Kur genau das richtige sein.“ (Seite 7 Anhang A)*

*und/oder*

*jj) „Welche positiven Effekte können beobachtet werden?*

- Entschlackung / Entgiftung [und/oder]*
- Anregung des Stoffwechsels [und/oder]*
- Fettverbrennung [und/oder]*
- Verringerung des Heißhungergefühls [und/oder]*
- Erhöhung des Energiegewinns [und/oder]*
- Anregung und Unterstützung der Verdauung [und/oder]*
- verbessertes Hautbild [und/oder]*
- Regulierung des Blutzuckers [und/oder]*
- Reduzierung des Völlegefühls [und/oder]*
- Verbesserung der Schlafqualität“ (Seite 7 Anhang A)*

*und/oder*

*kk) „ich schlafe die Nächte durch und wache am nächsten Morgen putz munter und voller Energie auf“ (Seite 7 Anhang A)*

*und/oder*

*ll) „Ich habe insgesamt 2,5 kg abgenommen und 3 cm Bauchumfang verloren was das Zusammenspiel von der Ernährungsumstellung und dem Tee ausgemacht hat.“ (Seite 7 Anhang A)*

*und/oder*

*mm) „Meine Haut ist wieder besser, mein Magen „zickt“ nicht mehr“ (Seite 7 Anhang A)*

*und/oder*

*nn) „gesundheitsfördernde Wirkung“ (Seite 3 Anhang A)*

*und/oder*

*oo) „Unsere TEATOX-Community berichtet [...] von allgemein mehr Wohlbefinden.“ (Seite 3 Anhang A)*

*und/oder*

*pp) „Zusammenfassend kann ich sagen, dass ich wirklich merke, dass mein Körper besser und intensiver funktioniert.“ (Seite 7 Anhang A)*

*und/oder*

*qq) „ich fühle mich fit und gut“ (Seite 7 Anhang A)*

*insbesondere wenn dies geschieht wie in Anlage A wiedergegeben.“*

(11) Für viele Nachtschwärmer mag dies die Verheißung sein. Im nachfolgenden Fall geht es um das Produkt „AfterAlc Brausetabletten“. Aber auch hier sind die rechtlichen Regeln einzuhalten. Demgemäß verpflichtete sich das Unternehmen gegenüber dem Schutzverband, es zukünftig zu unterlassen,

„a) das Produkt „AfterAlc Brausetabletten“ mit der nachfolgend unterstrichenen Aussage: „welche dem klassischen "Kater" oder "Hangover" entgegenwirkt. Primäre Ursache des Alkoholischen Post-Intoxikations-Syndroms (Katers, Hangover, etc.) ist Dehydrierung. Grund dafür wiederum ist eine gehemmte Ausschüttung von Vasopressin im Hypothalamus. Sprich, Alkohol (-konsum) entzieht dem Körper Wasser (durch Ausscheidung) und damit zusätzlich Mineralien. D.h. der Körper "trocknet aus" (=dehydriert) durch eine beeinträchtigte Regulierung des Wasserhaushalts. Um es ausführlicher zu beschreiben: Durch gehemmte Ausschüttung von Vasopressin scheiden die Nieren zu viel Wasser aus. Daher der verstärkte Harndrang. Der Körper verliert wichtige Mineralien (Magnesium, Kalium, Natrium, Kalzium). Die Nervenzellen im zentralen Nervensystem, bedingt durch gestörten Wasserhaushalt und Elektrolytverlust, können nicht mehr optimal Informationen verarbeiten. Dieser gestörte Wasserhaushalt und Elektrolytverlust sollte schnellstmöglich wieder ausgeglichen werden.“ zu bewerben und/oder bewerben zu lassen;

und/oder

b) das Produkt „AfterAlc Brausetabletten“ mit den nachfolgend unterstrichenen Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen:

„... gebe Deinem Körper zurück, was er nach einer durchzechten Nacht braucht. Er wird es Dir danken! Schnell wieder einen klaren Kopf bekommen und fit in den Tag starten!“

und/oder

„Dextrose

Der schnelle Energiespender

Alkohol hemmt die Neuproduktion von Traubenzucker (Glucose) in der Leber.“

„Die bekanntesten Symptome für einen Mangel an Kalium sind Herzrhythmusstörungen und Krämpfe. (...) Weiter können Darmträgheit, Verstopfung und Blähungen die Folge sein.“

und/oder

„Der Wachmacher

Koffein wird aufgrund seiner anregenden Wirkung auf den menschlichen Körper geschätzt. Der Hauptwirkungsbereich von Koffein im menschlichen Körper ist der stimulierende Effekt auf kognitive Funktionen. Koffein hilft die Konzentrationsfähigkeit zu verbessern und den Wachheitsgrad zu erhöhen.“

und/oder

„Natrium

Flüssigkeitshaushalt regulieren

Natrium reguliert zusammen mit Kalium den Flüssigkeitshaushalt und ist wichtig für die Muskel- und Nervenfunktion. Da Alkohol dem Körper Flüssigkeit entzieht, hilft Natrium dabei den Wasserhaushalt im Körper zu regulieren.“

und/oder



„Vitamin C

Bei Alkoholgenuss entstehen in unserem Organismus giftige Produkte, so dass unsere Leber Schwerstarbeit verrichten muss. Wie bei fast allen „natürlichen“ Schadstoffen finden wir in unserem Körper dazu die biochemischen Widersacher, die in diesem Fall Alkoholdehydrogenase (ADH) und mikrosomales Äthanol oxidierendes System (MEOS) genannt werden. Das Enzym ADH leistet vor allem in der Leber 90 % der Arbeit; MEOS trägt lediglich 5 % zum Abbau bei. Etwa 5 % werden über Urin, Schweiß und Lungen ausgeschieden.“

und/oder

„Magnesium

Gegen Unruhe und Krämpfe“

und/oder

„Niacin

Zu Mangelerscheinungen kommt es dann, wenn ein gleichzeitiger Mangel an Tryptophan und Nicotinamid besteht - sehr oft fehlen dann auch andere B-Vitamine. Das Krankheitsbild bei Niacin-Mangel nennt man Pellagra: Es kommt zu Hauterkrankungen, Verdauungsstörungen und Störungen des Nervensystems.“

und/oder

„Zink

Unser Abwehr-Schild

Zink stärkt die körpereigenen Abwehrkräfte und ist u.a. wichtig für die Wundheilung.“

und/oder

„Vitamin B6

Außerdem kurbelt Vitamin B6 die Bildung roter Blutkörperchen (Hämoglobin) an und sorgt somit Blutarmut und dadurch bedingter Schwäche, Konzentrationslosigkeit, Müdigkeit und Blässe vor.“

und/oder

„Folsäure

Sie ist im Körper an Wachstumsprozessen (...) beteiligt.

Im Körper spielt Folsäure bei Wachstumsprozessen (...) eine Rolle. Bringen Sie ihre Leber ins Gleichgewicht. Sie ist nur ein Schwamm voller Chemikalien, reich an einem Stoff namens Glutathion (GSH), der essenziell für die Regeneration des Organs ist. Laborratten, die kein GSH produzieren, sind nicht in der Lage, frisches Lebergewebe aufzubauen. Die Einnahme des Nahrungsergänzungsmittels S-Adenosyl-Methionin (SAM-e) kann einen GSH-Mangel ausgleichen. „Haben Sie ein Bier zu viel getrunken, sollten Sie Folsäure und einen Vitamin-B-Komplex zu sich nehmen. Die Stoffe sind essenziell für die Bildung von S-Adenosyl-Methionin.“

und/oder

„Guarana

Der Fitmacher“

und/oder

„Ginkgo Biloba

Ginkgo Biloba verbessert die Gedächtnisleistung und das Lernvermögen. Es verbessert die Durchblutung, erhöht den Sauerstoffgehalt und stärkt die Nervenzellen.“

und/oder

„Ingwer

So wurde Ingwer früher als primäres Gegenmittel für Seekrankheit verwendet.“

und/oder

„Warum geht es mir, nachdem ich Alkohol getrunken habe immer so schlecht? Und was genau ist ein Kater?“

Die Symptome eines Katers äußern sich typischerweise in Kopf- und Gliederschmerzen, Durst, Lethargie und Müdigkeit, Übelkeit und Erbrechen. Der Kater oder Hangover, wissenschaftlich "Alkoholisches Post-Intoxikations-Syndrom", ist auf den übermäßigen Konsum von Alkohol zurückzuführen.“

Die Medizin (Forschungszweig „Crupologie“) befasst sich mit Ursachen und Symptomen des Alkoholischen Post-Intoxikations-Syndroms, dedizierte Produkte finden sich jedoch nicht auf dem Markt. Primäre Ursache des Alkoholischen Post-Intoxikations-Syndroms (Katers, Hangover, etc.) ist Dehydrierung. Grund dafür wiederum ist eine gehemmte Ausschüttung von Vasopressin im Hypothalamus. Sprich, Alkohol(-konsum) entzieht dem Körper Wasser (durch Ausscheidung) und damit zusätzlich Mineralien. D.h. der Körper „trocknet aus“ (=dehydriert) durch eine beeinträchtigte Regulierung des Wasserhaushalts. Um es ausführlicher zu beschreiben:

Durch gehemmte Ausschüttung von Vasopressin scheiden die Nieren zu viel Wasser aus. Daher der verstärkte Harndrang. Der Körper verliert wichtige Mineralien (Magnesium, Kalium, Natrium, Kalzium). Die Nervenzellen im zentralen Nervensystem, bedingt durch gestörten Wasserhaushalt und Elektrolytverlust, können nicht mehr optimal Informationen verarbeiten. Eine zusätzliche Ursache für den Kater bzw. Hangover sind Prozesse bzw. Konsequenzen aus dem Abbau von Alkohol innerhalb des Körpers. Die Alkoholmoleküle gelangen durch Mund und Magen-Darm-Trakt in die Leber wo das Nervengift Alkohol neutralisiert werden soll. Zwei Leberenzyme sind dafür verantwortlich: Alkohol-Dehydrogenase (ADH): Verwandelt den Trinkalkohol Ethanol in Acetaldehyd welches giftig ist und daher schnell weiter abgebaut werden muss. Dies wird erreicht durch ein weiteres Enzym - die Aldehyd-Dehydrogenase (AIDH) - im Ergebnis, nach Abbau, zu ungiftiger Essigsäure. Überschreiten die Alkoholmengen jedoch ein gewisses Maß, bereitet der Abbau dem Körper große Mühe. Folgeerscheinungen sind Schwitzen bzw. Schweißausbrüche, rote Flecken auf der Haut (verstärkt im Gesicht), Müdigkeit, Krämpfe, Kopf-, Bauch und/oder Gliederschmerzen und Übelkeit. Verstärkt werden die Symptome vermutlich durch Methanol. Dieser „Fusel-Alkohol“ ist in jedem alkoholischen Getränk in geringen Mengen enthalten und wird von denselben obengenannten Enzymen (ADH und AIDH) zerlegt. Jedoch wird konsequent immer zuerst der Ethanol und dann der Methanol als Bestandteile des Alkohols abgebaut.

Die Abbauprodukte des Methanols – Ameisensäure und Formaldehyd - sind beide hochgiftig und verursachen bereits in kleiner Dosis Symptome wie Übelkeit und beeinträchtigen zusätzlich die Herzleistung. Zeitlich fallen die Bildung der Stoffwechselprodukte des Methanols (Ameisensäure und Formaldehyd) klar mit dem Einsetzen der Symptome des Alkoholischen Post-Intoxikations-Syndroms zusammen.

Fusel-Alkohole:

Getränke wie Rotwein, Brandy, Cognac oder Rum enthalten meist mehr Methanol als „klare“ Alkohole (z.B. Wodka, Gin, Weißwein) und verursachen daher meist schwerere

Symptome des Katers. Die Wahl eines weniger belastenden Getränks (d.h. weniger Fuselstoffe) kann also ein wenig dazu beitragen, dass die Katersymptome weniger schlimm ausfallen.

Als zusätzliche ggf. verstärkende Faktoren für Symptome des „Alkoholischen Post-Intoxikations-Syndroms“ sind schlechte Luft, Nikotin-/Zigarettenkonsum und Schlafmangel bzw. unruhiger Schlaf bekannt.“;

- c) zukünftig zu unterlassen, das Produkt „AfterAlc Brausetabletten“ im Fernabsatz zu verkaufen, ohne die Menge der Wirkstoffe pro Tagesdosis und den Prozentanteil der empfohlenen Tageszufuhr anzugeben.“

#### 4.4 Neuartige Lebensmittel (Novel Food)

Landgericht Berlin

Az.: 102 O 45/17 - Urteil vom 25.07.2017

Auf Antrag des Schutzverbandes hat das Landgericht Berlin nach mündlicher Verhandlung unter Androhung der üblichen Ordnungsmittel der Verfügungsbeklagten untersagt, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken

*„das Produkt „Natur – Zeolith“ der H.S. Ltd. in den Verkehr zu bringen oder in den Verkehr bringen zu lassen ohne Genehmigung nach der Novel-Food-Verordnung 258/97/EG, wenn es mit folgenden Aussagen beworben wird:*

*„Basisprophylaktikum“*

*und*

*„Zeolith wirkt durch seine extrem hohe Bindung von Toxinen sowie durch Ionentauschfunktion begünstigend auf Zellen sowie Säure-Basen-Haushalt. Zitat zu Zeolith aus der Raum&Zeit Ausgabe 152/2008: „Eine wichtige Funktion des Zeoliths ist der Ionenaustausch. Wenn dieses Kristallgittergestein in den Verdauungstrakt des Menschen (auch der Tiere) gelangt, dann vermag es die im Körper befindlichen Schadstoffe an sich zu binden und dringend im Körper benötigte Mineralien an den Körper abzugeben. Die Schadstoffe werden mit dem Kot ausgeschieden.“ Prof. em. Prof. Dr. med. habil. Karl Hecht, Berlin Analyse Natürliches Zeolith microfein gemahlen (kg 40 micron) Klinoptilolith-Anteil ca. 95%. Aus kontrollierten Abbau in der Türkei, hohe Reinheit, auch optisch erkennbar durch seine helle (elfenbeinfarbene) Qualität. Zeolith ist ein natürliches Gesteinsmehl ohne Zusätze und kein Arzneimittel oder Nahrungsergänzungsmittel! Buchautor Karl Hecht beschreibt in seinem Buch "Siliziumminerale und Gesundheit" ausführlich die Anwendung von Zeolith und die herausragenden Eigenschaften des siliziumdioxidreichen Naturprodukt. Auch Paracelsus verwendete Naturzeolith und beschrieb die heilende und vorbeugende Wirkung des Minerals SiO<sub>2</sub>. Es gilt auch als ältestes Verjüngungs- und Schönheitsmittel aus der Antike zum regenerieren und entgiften“, wenn dies erfolgt gemäß Anlage ASt. 2.*

Bei den Angeboten auf der Plattform Amazon ist zu unterscheiden, ob hier Amazon selbst als Verkäufer auftritt oder nur die Plattform zur Verfügung stellt. im letzteren Fall sah das Landgericht Berlin die Passivlegitimation von Amazon nicht als gegeben an.

## 5. Schlankheitsmittelwerbung (Verantwortung gemäß Art. 8 LMIV)

(1) OLG Frankfurt

Az.: 6 U 68/17 - Urteil vom 07.09.2017

Wer will nicht gerne gertenschlank sein? Um diesen zumeist unerfüllten Wunsch der Menschheit dennoch etwas entgeltlich bieten zu können, gibt es eine Unzahl von Schlankheitsmitteln auf dem Markt. Allerdings gibt es eine Vielzahl von Restriktionen hinsichtlich deren Bewerbung zu beachten.

Um dem deutschen Wettbewerbsrecht zu entkommen, lassen sich einige Wettbewerber schier Unglaubliches einfallen. So erhielt der Schutzverband Kenntnis von massiv rechtswidrigen Werbeanzeigen für spezielle Schlankheits-Kapseln. Die erste erstaunliche Feststellung war bereits dahingehend zu treffen, dass den Anzeigen nicht zu entnehmen war, wer hier das werbende Unternehmen war. In üblicher Weise warb man mit der Pharmazentralnummer (PZN) und der Bestellmöglichkeit in Apotheken. Auf Bestellung des Schlankheitsmittels erhielt man ein Produkt mit einer Verkaufsverpackung, auf der aufgedruckt war:

*„Vertrieb: Firma K.“*

Auf Abmahnung des Schutzverbandes verteidigte die anwaltlich vertretene Firma K. dahingehend, dass Sie ausschließlich für den Vertrieb verantwortlich sei. Sie legte sogar im Rahmen des nachfolgenden Verfahrens eine eidesstattliche Versicherung vor, in der versichert wurde, dass die Firma K. die Anzeigen weder gekannt, noch bezahlt hat. Hier war also der „geheimnisvolle Dritte“ im Spiel.

Auf Antrag des Schutzverbandes erließ das Landgericht Darmstadt nach mündlicher Verhandlung folgende Urteilsverfügung:

*„Der Verfügungsbeklagten wird bei Meidung der üblichen Ordnungsmittel verboten, im Rahmen geschäftlicher Handlungen zu Wettbewerbszwecken das Nahrungsergänzungsmittel „E.-Kapseln“ mit den folgenden Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen:*

1. *„Kilo-Killer & Figurstraffer*

*Bio-Kapseln schmelzen Fett weg“;*

*und/oder*

2. *„Die neue Schlank-Formel für Eilige“;*

*und/oder*

3. *„Hurra – endlich schlank!*

*Und das [...] Ohne zu hungern! Das wünschen sich viele. Dieser Traum geht jetzt [...] in Erfüllung! Prof. E. hat ein einzigartiges Natur-Molekül entdeckt, dass Fettgewebe rasch abbaut die die Figur strafft“;*

*und/oder*

4. *„Prof. E. bestätigt die Wirkung: „Mit E. Kapseln [...] wird man in drei bis vier Wochen schlank, ohne Diät und ohne hungern. Einfacher geht's nicht!“;*

*und/oder*

5. „Warum macht E. schlank?

*Prof. E.: „Es wirkt gleich zweifach: der patentierte E.-Wirkstoff aus einer seltenen Wurzelfaser baut Fettdepots gezielt ab und errichtet eine Fett-Sperre. Das heißt: Fette gelangen nicht mehr so einfach ins Gewebe.“;*

*und/oder*

6. „E. wirkt wie Löschpapier. Es saugt alles Fett in sich auf. Es verbindet sich mit dem Nahrungs-Fett zu kleinen Kügelchen, die unverdaut ausgeschwemmt werden. Gleichzeitig löst es das Körperfett von Bauch, Beine und Po. Fett und E. werden gemeinsam wieder ausgeschieden“;

*und/oder*

7. „Wieviel kann man abnehmen?

*Prof. E.: „Sehr viel! Eine US-Studie mit über 1000 Teilnehmern zeigt: Frauen, die vor jedem Essen 2 Kapseln nahmen, hatten schon nach drei Wochen ihre Traum-Figur. Denn jeden Tag schmilzt kontinuierlich das Fettgewebe!“;*

*und/oder*

8. „Wann sieht man die ersten Erfolge?

*Prof. E.: „Schon nach ein bis zwei Tagen, denn jedes Kilo weniger sieht man! Mehr noch: Weil das Fett verschwindet, wird das Gewebe straffer, Orangenhaut wird sichtbar weniger. Der Bauch wird flach, Po und Beine werden schlanker und fester. Das haben wir bewiesen!“;*

*und/oder*

9. „Ist E. eine Hungerkur?

*Prof. E.: „Nein, Sie können ganz normal essen. Ein natürliches Magnet-Molekül zieht das Fett aus der Nahrung automatisch an und schleust es aus dem Körper. Daher gibt es keine Nebenwirkungen und es gibt keinen gefürchteten Jojo-Effekt!“;*

*und/oder*

10. „Für wen ist E. geeignet?

*Prof. E.: „Für jeden, der endlich wieder schlank sein möchte! Ohne viel Mühe, gerade jetzt zur Weihnachtszeit. Ich kenn kein wirksameres Mittel!“;*

*und/oder*

11. „Endlich schlank, ohne Diät halten zu müssen. So leicht ist das mit den E.-Kapseln“;

*und/oder*

12. „E. Schlankstoff“;

*und/oder*

13. „Tina Kluge (37), Arzthelferin: 22 Kilo in 4 Wochen!“;

*und/oder*

14. „Wolfgang Eberts (51), Bäcker: 8 Kilo in 5 Tagen“;

*und/oder*

15. „Elisabeth Schöne (44), Hausfrau und Mutter: 19 Kilo einfach weg“;

*und/oder*

16. mit Angaben, die auf Empfehlungen von einzelnen Ärzten verweisen, insbesondere mit der Aussage:

*„Tina Kluge (37), Arzthelferin: [...] Selbst mein Chef, ein Internist, ist beeindruckt und sagte: Dieses natürliche E. kann ich auch meinen Patienten empfehlen!“*

und/oder

17. mit der Behauptung, der im Produkt „E.-Kapseln“ enthaltene Wirkstoff sei patentiert, insbesondere mit der Aussage:

*„Der patentierte E.-Wirkstoff aus einer seltenen Wurzelfaser baut Fettdepots gezielt ab und errichtet eine Fett-Sperre“*

*wenn dies geschieht gemäß Werbeanzeige.“*

Auf die Berufung der Verfügungsbeklagten mit der Behauptung der fehlenden Passivlegitimation machte das OLG Frankfurt klar, dass die auf der Verpackung stehende Vertreiberfirma auch für die Werbung haftet. Wörtlich ist in den Entscheidungsgründen des Urteils des OLG Frankfurt vom 07.09.2017, Az.: 6 U 68/17, folgendes festgehalten:

*„Verantwortlich dafür, dass die Informationen über ein Lebensmittel nicht irreführend sind, ist gemäß Artikel 8 Abs. 1 LMIV der Lebensmittelunternehmer, unter dessen Namen oder Firma das Lebensmittel vermarktet wird. Lebensmittelunternehmer im Sinne der Basisverordnung 178/2002/EG, deren Definitionen auch für die LMIV gelten, sind gemäß Artikel 3 Abs. 3 BasisVO die natürlichen oder juristischen Personen, die dafür verantwortlich sind, dass die Anforderungen des Lebensmittelrechts in dem ihrer Kontrolle unterstehenden Lebensmittelunternehmer erfüllt werden. „Lebensmittelunternehmen“ wiederum sind gemäß Artikel 3 Abs. 2 der BasisVO alle Unternehmen, die eine mit der Produktion, der Verarbeitung und dem Vertrieb von Lebensmitteln zusammenhängende Tätigkeit ausführen. Bei dem Unternehmen der Antragsgegnerin handelt es sich um ein solches in diesem Sinne, da sie mit dem Vertrieb von „E.-Kapseln“ befasst ist. Die Antragsgegnerin ist demzufolge Lebensmittelunternehmerin im Sinne von Artikel 3 Abs. 3 der BasisVO und mithin auch im Sinne von Artikel 8 Abs. 1 LMIV.*

...

*Überdies ist die Antragsgegnerin auch bei Anwendung der allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Zurechnungsnorm des § 8 Abs. 2 UWG Schuldnerin des Unterlassungsanspruchs. ... Dabei kommt es nicht darauf an, ob die Antragsgegnerin von der konkreten Werbung und ihrem Inhalt Kenntnis hatte. Es genügt für ihre Verantwortlichkeit nach § 8 Abs. 2 UWG, dass die Werbung von einer ihrem Einflussbereich unterstehenden Person veranlasst wurde. Andernfalls könnte sich die Antragsgegnerin ihrer Verantwortlichkeit entziehen, indem sie einen Dritten mit Werbemaßnahmen beauftragt, über deren Inhalt sie sich nicht informieren lässt.“*

Diese Aussagen sind nicht nur klar und überzeugend, sie sind auch inhaltlich zu begrüßen. Im vorliegenden Fall liegt auf der Hand, dass ohne die Begleitwerbung ein Absatz der Vertriebsfirma auf dem lukrativen deutschen Markt überhaupt nicht stattfinden würde. Erst die Werbung generiert hier die Nachfrage.

(2) Auf Abmahnung des Schutzverbandes verpflichtete sich ein anderes Unternehmen, es künftig zu unterlassen im Rahmen geschäftlicher Handlungen zu Wettbewerbszwecken das Produkt „C.J. Night Kapseln“ mit folgenden Aussagen zu bewerben und/oder bewerben zu lassen:

a) *„Sie kurbeln die Fettverbrennung, die sowieso in ihren Körper herrscht, kurbeln Sie dadurch an. Ja wenn man das tagsüber machen kann, warum kann man das denn nicht noch nachts machen?! Und Leanell Night ist die Nachtschicht.“*

*und/oder*

b) *„Sie können zumindest den Stoffwechsel, der ja auch nachts anherrscht, den können Sie nochmal ein bisschen ankurbeln.“*

*und/oder*

c) *„Also, das ist wirklich ne ganz tolle Sache, wenn Sie ihren Stoffwechsel rund um die Uhr 24 Stunden wirklich ankurbeln möchten, dann ist Leanell Night einfach genau das Richtige.“*

*und/oder*

d) *„Leanell Night enthält einen besonderen Extrakt aus grünem Kaffee, und dieser Extrakt enthält Polyphenole, die eben dafür sorgen, dass die Kohlenhydrate in der Nacht zum Verstoffwechseln ausgebremst werden.“*

*und/oder*

e) *„Und was tut der Körper, der natürlich einen Energiebedarf hat, wenn er nicht an den Kohlenhydrat-Speicher gehen kann, an welchem Speicher, meinst Du, wird er sich dann bedienen? Fett. Und genau das wollen wir eben auch weg haben. Grüner Kaffeeextrakt macht es möglich in der Ruhephase ihres Körpers.“*

*und/oder*

f) *„Hier ist der Fettstoffwechsel wie bisher. Da geht alles aus dem Kohlenhydrat-Speicher, ja? Bei den Körperfetten passiert überhaupt gar nichts. Jetzt kommen aber die Grünen Kaffeeextrakte, die Polyphenole, ins Rennen, und da sehen Sie, wie der Speicher mit den Körperfetten, da wird es weniger, das Fett in der Zelle reduziert sich, und das alles in der Ruhephase des Körpers.“*

*und/oder*

g) *Und eine Studie hat eben auch gesagt, bei einer Zufuhr von 400 mg dieses Grünen Kaffeeextraktes ist es auch eben möglich, innerhalb von 8 Wochen bis zu -7 kg zu verlieren.“*

*und/oder*

h) *„Entkoffeiniert!“*

## 6. Medizinprodukte

Medizinprodukte sind eine besondere gesetzlich anerkannte Produktkategorie. Dabei kommt es auf die rein physikalische Wirkung an. Vorliegend geht es um den Inhaltsstoff „D-Mannose“. Hierbei handelt es sich um - stark vereinfacht ausgedrückt - einen Zucker, welcher nach Einnahme insbesondere an den Blasenwänden haften und damit eine Entzündung durch eindringende Bakterien verhindern soll. Gleichzeitig sollen die Bakterien gebunden und mit dem Urin ausgeschieden werden. Allerdings bedarf es auch hier eines entsprechenden wissenschaftlichen Nachweises für die Wirkung.

Wegen des fehlenden wissenschaftlichen Wirknachweises wurde die Vertreibergesellschaft eines bekannten pharmazeutischen Unternehmens abgemahnt. Das Unternehmen verteidigte zunächst das Produkt unter Verweis auf gutachterliches Material. Allerdings genügte dieses Material nicht, weil es lediglich um die Vorbeugung, nicht aber um die Behandlung bereits entzündeter Stellen ging. Demgemäß hatte der Schutzverband bereits einen Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung eingereicht und einen Termin zur mündlichen Verhandlung erhalten. Einen Tag vor diesem Termin gab das Unternehmen dann folgende Erklärung ab:

*„Die Vertriebsfirmen verpflichten sich gegenüber dem Schutzverband, es im geschäftlichen Verkehr zu unterlassen, das Medizinprodukt F. bestehend aus 2 Gramm D-Mannose und Cranberry-Extrakt in Portionsbeuteln unter der Bezeichnung „F.“ mit der Zweckbestimmung*

*„Zur Behandlung [...] von Zystitis (Blasenentzündung) sowie anderen Harnwegsinfekten“*

*in den Verkehr zu bringen, zu vertreiben bzw. vertreiben zu lassen, zu bewerben bzw. bewerben zu lassen (gemäß Anlagen).“*

Gleichzeitig verpflichtete sich das Unternehmen im Rahmen einer weiteren Unterlassungserklärung, das Medizinprodukt nicht mehr mit der Angabe zu bewerben

*„Zur Steigerung der Wirksamkeit des Medizinproduktes beinhaltet F. auch Cranberry-Extrakt“*

Hier fehlte es insgesamt an einem wissenschaftlichen Wirknachweis.