Wettbewerbswidrige Werbung - Gingko-Extrakt

Die Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben ist bei Lebensmitteln zum Schutz der Verbraucher streng reglementiert. Hiernach darf mit der Wirkung eines Präparats nur geworben werden, wenn diese bereits vor der Veröffentlichung der entsprechenden Werbeaussagen wissenschaftlich nachgewiesen war. Das Oberlandesgericht Köln bestätigte das in einem weiteren Fall.

Der Anbieter von einem Nahrungsergänzungsmittel mit Gingko-Extrakten bewarb sein Produkt u.a. mit folgenden Aussagen:

- "Für besseres Gedächtnis und mehr Lebens-Qualität"
- "Hält die feine Durchblutung intakt"
- "Stärkt ihre Nervenzellen"
- "Gegen die Infarkt-Gefahr in Ihren Ohren. Hörsturz gleicht einem Herzinfarkt der Ohren. Gingko führt zu einer schnelleren Regeneration bei Hörsturz"
- "Gingko unterstützt die Erhaltung sozialer Kompetenzen bei Menschen mit Demenz"

Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen, geht es in der Auseinandersetzung doch um mehr als 30 Aussagen, die allesamt positive Wirkungen auf die Gesundheit versprechen.

Daher verwundert es nicht, dass das werbende Unternehmen auf Unterlassung in Anspruch genommen wurde.

Die Entscheidung des Gerichts

Mit Urteil vom 06.11.2015 - Az. 6 U 65/15 entschied das OLG Köln, wie schon das LG Köln in 1. Instanz, dass die Werbung irreführend und damit wettbewerbswidrig ist.

Die Werbeaussagen würden die Behauptung enthalten, der Konsum des Nahrungsergänzungmittels sei geeignet, eine Verbesserung der Gehirnleistung zu erzielen, altersbedingte Erkrankungen wie Alzheimer, Demenz und Gedächtnisschwäche vorzubeugen und solche Erkrankungen sowie auch andere Erkrankungen wie z.B. Tinnitus, Hörsturz und Venenleiden zu lindern sowie Nerven und Konzentrationsfähigkeit zu stärken. Für die Werbeaussagen lägen jedoch keine allgemein anerkannten wissenschaftlichen Nachweise vor.

Ein Sachverständigengutachten während eines laufenden Prozesses kann nach Auffassung des Gericht ebenfalls keinen wissenschaftlichen Nachweis erbringen, da dieser bereits zum Zeitpunkt, in welchem die werblichen Angaben getätigt werden, hätte vorliegen müssen.

Fazit

Bei der Werbung mit gesundheitsbezogenen Aspekten ist Vorsicht geboten - insbesondere bei fehlender anerkannter wissenschaftlicher Absicherung der Angaben. Um wettbewerbsrechtliche

Streitigkeiten zu vermeiden, ist im Bereich der Lebensmittelwerbung eine Rechtsberatung daher besonders empfehlenswert.