

Gesundheitsbezogene Werbung für ein Magnesium-Präparat nicht zulässig

Hamm (mm) **Das OLG Hamm hat entschieden, dass ein Werbespot für ein Nahrungsergänzungsmittel mit Magnesium, in welchem der Protagonist nach dem Sport einen Krampf erleidet und der Antwort darauf „Zum Glück gibt’s da was von X.“, wettbewerbswidrig ist. Bei der Suggestion, dass das beworbene Lebensmittel das Risiko des Auftretens von Wadenkrämpfen nach sportlicher Betätigung verringere oder gar beseitige, handele es sich um eine unerlaubte gesundheitsbezogene Angabe, die in dieser Pauschalität irreführend sei. Es sei nicht erwiesen, dass die Zuführung von Magnesium in Form des beworbenen Mittels zu einer Verringerung oder Vermeidung von Muskelkrämpfen nach dem Sport führe, insbesondere, wenn diese nicht auf einem Magnesiummangel beruhten. (Az.: 4 U 5/13)**

Die Richter des Oberlandesgerichtes hatten in diesem Rechtsstreit die Vereinbarkeit einer Werbeaussage mit der Health-Claims-Verordnung (HCVO) zu beurteilen, die im Rahmen eines Fernsehspots für ein als Nahrungsergänzungsmittel vertriebenes Magnesium-Präparat getätigt worden war.

In der Werbung war eine männliche Person wiedergegeben worden, die sich gekrümmt auf eine Treppenstufe stützt und an die Wade fasst. Er äußert zu einer weiblichen Person: „Neulich hat mich nach dem Joggen so ein blöder Krampf erwischt“. Die weibliche Person antwortet darauf: „Zum Glück gibt’s da was von X!“

Der Streit drehte sich im Kern um die Frage, ob die Fernsehwerbung für die angesprochenen Verkehrskreise erkennbar eine erhöhte Neigung zu Muskelkrämpfen auf Grund von Magnesiummangel thematisiere, was die Richter im Ergebnis bestätigten. Im streitgegenständlichen Werbespot werde versprochen, dass der auf Magnesiummangel beruhende Muskelkrampf durch die Einnahme des beworbenen Präparats beseitigt werden könne. Es werde also ein Bezug zwischen der Linderung des Magnesiummangels und der damit einhergehenden Verhütung von Muskelkrämpfen und dem Lebensmittel hergestellt. Damit sei zugleich der Anwendungsbereich der HCVO eröffnet, denn diese gelte für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben, die u. a. in der Werbung für Lebensmittel gemacht würden. Durch die Allgemeinheit der Aussage, die zum Ausdruck bringe, es gebe etwas gegen Wadenkrämpfe, werde suggeriert, dass das beworbene Lebensmittel das Risiko des Auftretens von Wadenkrämpfen generell wie beispielsweise auch nach sportlicher Betätigung verringere oder gar beseitige.

Für die Zulässigkeit einer solch pauschalen Angabe reicht es nach Ansicht des Gerichts auch nicht aus, dass Magnesium zum Elektrolytgleichgewicht oder zu einer normalen Muskelfunktion beitrage. Werde der Muskelkrampf nicht durch einen Magnesiummangel verursacht, fehle es an einem wissenschaftlichen Nachweis, dass die Zufuhr von Magnesium das Auftreten von Wadenkrämpfen, nämlich deren Häufigkeit oder Schwere, tatsächlich vermindere.

Gesundheitsbezogene Angaben müssten den Anforderungen des Art. 10 Abs. 1 HCVO entsprechen, was vorliegend nicht der Fall sei. Insbesondere fehle es an allgemein anerkannten wissenschaftlichen Nachweisen, dass dem Magnesiumpräparat eine so generelle Wirkung in Bezug auf die Verringerung/Beseitigung von Muskelkrämpfen zukomme.

Da der Werbespot die irrige Annahme vermittelt, dass Magnesium allgemein gegen Wadenkrämpfe wirkt, die nach sportlicher Betätigung auftreten, hat das Gericht die Werbung für das Nahrungsergänzungsmittel mit Magnesium untersagt.

Das Urteil vom 14.03.2013 ist rechtskräftig.