

15.02.2024

Verbraucherzentrale NRW warnt vor Werbung mit „Cardio“-Produkten

Anbieter bewerben diverse „Cardio“-Nahrungsergänzungsmittel im Internet mit irreführenden Heilsversprechen und gefälschter Promi-Werbung

- Fast täglich gehen bei der Verbraucherzentrale NRW Anfragen zu Gesundheitswerbung für die Produkte „CardioBalance“, „CardiOne“, „Cardiotensive“ oder „Cardiotonus“ ein
- Werbung täuscht medizinische Wirkung vor und verstößt nach Auffassung der Verbraucherzentrale gegen gesetzliche Bestimmungen
- Gefälschte Zitate von Prominenten wie Eckart von Hirschhausen oder Sandra Maischberger führen zusätzlich in die Irre

Seit Monaten erhält das Projekt „Faktencheck Gesundheitswerbung“ der Verbraucherzentralen NRW und Rheinland-Pfalz Verbraucheranfragen zu „CardioBalance“ und ähnlichen Gesundheitsprodukten, die angeblich von Prominenten beworben werden. Die Gesundheitsversprechen für die Nahrungsergänzungsmittel sind nach Auffassung der Verbraucherschützer vielfach unzulässig. Weil ständig neue Webseiten mit Produktwerbung, aber ohne Impressum auftauchen, ist es schwer, der unzulässigen Werbung endgültig rechtlich einen Riegel vorzuschieben. Besonders pikant: Es werden regelmäßig Bilder des bekannten Arztes und Wissenschaftsjournalisten Eckart von Hirschhausen und der Moderatorin Sandra Maischberger verwendet, gleich neben vermeintlichen Empfehlungen für die „Cardio“-Produkte. Eine Fälschung, denn von Hirschhausen und Maischberger haben nie in die Werbung eingewilligt.

„In einem Interview habe ich gelesen, dass CardiOne gegen Bluthochdruck hilft. Stimmt das?“ Solche und ähnliche Fragen hat das Team von „Faktencheck Gesundheitswerbung“ in den vergangenen Monaten dutzende Male beantwortet. Viele Verbraucher:innen halten die Nahrungsergänzungsmittel fälschlicherweise für Medikamente. Kein Wunder, denn die Gesundheitsversprechen suggerieren genau das: Die Produkte mit „Cardio“ im Namen kommen daher wie vielversprechende Arzneimittel gegen Herzkreislauf-Beschwerden, Gefäßerkrankungen und vieles mehr. Geworben wurde zum Beispiel mit Aussagen wie „nährt das Herz, normalisiert den Blutdruck, reinigt die Gefäße“. Solche Versprechen sind aber nach Auffassung der Verbraucherzentrale NRW unzulässig.

Pressestelle

Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen e.V.

Mintropstraße 27
40215 Düsseldorf

Tel. (0211) 91380-1101

presse@verbraucherzentrale.nrw
www.verbraucherzentrale.nrw

Beworbene „Cardio“-Produkte sind keine Arzneimittel

Grundsätzlich gilt: Nahrungsergänzungsmittel sind Lebensmittel. Sie sind dazu bestimmt, die allgemeine Ernährung zu ergänzen (§ 1 Abs. 1 Nahrungsergänzungsmittelverordnung). Rechtlich nicht zulässig sind gesundheitsbezogene Aussagen, die vermitteln, dass Nahrungsergänzungsmittel Krankheiten vorbeugen, heilen oder lindern können. Genau das wurde mit der Werbung für die verschiedenen „Cardio“-Produkte aber vielfach in Aussicht gestellt. Aus diesem Grund hat die Verbraucherzentrale NRW zwei Anbieter von „CardioBalance“ – die Geberich OÜ (Estland) und die Geberich GmbH (Schweiz) – abgemahnt und sie aufgefordert, die Verwendung derartiger Aussagen zu unterlassen. Allerdings distanzieren sich diese Anbieter von den beanstandeten Werbeversprechen: Sie würden nicht hinter den widerrechtlichen Aussagen zu „CardioBalance“ auf den Online-Seiten und den gefakten Statements von Eckart von Hirschhausen stecken. Da die Webseiten kein Impressum besitzen, ist ein Nachweis schwierig. Einer der abgemahnten Anbieter, Geberich OÜ, hat aber eine Unterlassungserklärung für eine Werbung auf seiner Firmeninternetseite abgegeben. Geberich OÜ hat sich damit verpflichtet, für „CardioBalance“ und andere Nahrungsergänzungsmittel nicht mehr damit zu werben, dass diese ordnungsgemäß beim Gesundheitsministerium registriert seien. Denn eine solche Registrierung gibt es in Deutschland nicht.

Auf Nachfrage der Verbraucherzentrale stellten Eckart von Hirschhausen und Sandra Maischberger klar, dass sie nicht in die Werbung für „CardioBalance“ und andere „Cardio“-Produkte eingewilligt haben. Unbekannte hatten Bilder und ausgedachte Zitate der beiden für die Werbung verwendet. Der Westdeutsche Rundfunk (WDR) hat juristische Schritte gegen alle Webseiten mit derartiger Werbung eingeleitet, weil die Bilder aus einem WDR-Interview stammen. Einige Webseiten seien bereits gelöscht worden, teilte der WDR mit. Jedoch tauchen immer wieder neue Seiten mit diesen Inhalten auf.

Kaufvertrag widerrufen: So geht's

„Wer bereits auf die Werbung hereingefallen ist, kann die Vertragserklärung gegenüber dem Verkäufer widerrufen“, erklärt Susanne Punsmann, Rechtsanwältin im Projekt „Faktencheck Gesundheitswerbung“. Die Frist beträgt bei einer ordnungsgemäßen Widerrufsbelehrung 14 Tage, andernfalls sogar ein Jahr und 14 Tage. Dafür dürfen Siegel, etwa am Deckel der Verpackung, zuvor aber nicht entfernt worden sein. „Wer für die Zahlung ‚per Nachnahme‘ ausgewählt hat, kann auch die Annahme des Pakets verweigern, muss aber zuvor den Widerruf zum Beispiel per E-Mail erklären“, empfiehlt Punsmann. Generell rät sie Verbraucher:innen, bei Promiwerbung für Gesundheitsprodukte genau hinzuschauen: „Wir beobachten einen Trend, Verbraucher:innen mit gefälschten Empfehlungen zu täuschen. In Zeiten von künstlicher Intelligenz werden solche Betrügereien vermutlich noch zunehmen.“ Wenn sich Verbraucher:innen bei Gesundheitsprodukten unsicher seien, könnten sie sich an das Projekt „Faktencheck Gesundheitswerbung“ wenden, sagt Punsmann: „Am besten gleich

einen Screenshot oder Links beifügen, damit die Produkte schneller geprüft werden können.“

Weiterführende Infos und Links:

- ❖ Mehr zu irreführender Gesundheitswerbung unter <https://www.faktencheck-gesundheitswerbung.de>
- ❖ Unsere Verbraucherwarnung zu „CardioBalance“ unter <https://www.klartext-nahrungsergaenzung.de/node/21536>

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Für weitere Informationen

Pressestelle Verbraucherzentrale NRW

Tel. (0211) 91380-1101

presse@verbraucherzentrale.nrw