

# foodwatch

Report 2025



## ZU #GESUND UM WAHR ZU SEIN?

Wie Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln mit falschen Versprechen Kasse machen

## **IMPRESSUM**

### **Herausgeber (V.i.S.d.P.)**

Dr. Chris Methmann

foodwatch e.V.

Brunnenstraße 181

10119 Berlin, Germany

Tel. +49 (0) 30 / 24 04 76 - 0

Fax +49 (0) 30 / 24 04 76 - 26

**Email** [info@foodwatch.org](mailto:info@foodwatch.org)

**www.foodwatch.org**

### **Spendenkonto**

foodwatch e.V.

GLS Gemeinschaftsbank

IBAN DE 5043 0609 6701 0424 6400

BIC GENO DEM 1 GLS

### **Gestaltung**

Tina Westiner

### **Redaktionsschluss**

Mai 2025

# Zu **#gesund** um wahr zu sein?

Wie Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln  
mit falschen Versprechen Kasse machen

# INHALT

<b>ZUSAMMENFASSUNG UND FORDERUNG</b>	<b>6</b>
<b>1. EINLEITUNG: Ein wachsender Markt</b>	<b>8</b>
<b>2. FOODWATCH-ANALYSE: Das Geschäft mit irreführenden Gesundheitsversprechen auf Instagram</b>	<b>10</b>
<b>2.1 WAS IST ERLAUBT?</b>	<b>10</b>
2.1.1. Gesundheitsbezogene Angaben	
2.1.2. Krankheitsbezogene Angaben	
<b>2.2. 95 INFLUENCER:INNEN IM VISIER VON FOODWATCH</b>	<b>11</b>
<b>2.3. IRREFÜHRENDE GESUNDHEITSVERSPRECHEN: DIE REGEL, NICHT DIE AUSNAHME</b>	<b>12</b>
<b>2.4. BEISPIELE FÜR UNZULÄSSIGE WERBUNG</b>	<b>13</b>
2.4.1. Heilungsversprechen	
2.4.2. Die Aussagen beziehen sich auf das Produkt als Ganzes	
2.4.3. Werbung geht über die zugelassene Aussage hinaus	14
2.4.4. Bewerbung von Inhaltsstoffen mit nicht existierenden Gesundheitsclaims	15
2.4.5. Unspezifische Gesundheitsversprechen	
2.4.6. Schwierig: Die Einordnung vermeintlicher Erfahrungsberichte	16
2.4.7. Kein Health Claim – trotzdem irreführend	
2.4.8. Produktnamen	18
<b>2.5. WELCHE HERSTELLER SETZEN AUF INFLUENCER-MARKETING?</b>	<b>18</b>
<b>2.6. NÄHE, VERTRAUEN, RABATTCODES – Strategien des Influencer-Marketings</b>	<b>21</b>
2.6.1. Nähe und Authentizität	
2.6.2. Exklusive Rabattcodes	22
2.6.3. Fehlende Transparenz	
2.6.4. Angst- und Mangelmarketing	
2.6.5. Gesundheitsversprechen	23
<b>2.7. GROSSER EINFLUSS AUF DAS KAUFVERHALTEN</b>	<b>24</b>

<b>3. NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL – zwischen suggeriertem und tatsächlichem Nutzen</b>	<b>26</b>
<b>3.1. KEIN ERSATZ FÜR EINE GESUNDE ERNÄHRUNG</b>	<b>26</b>
<b>3.2. PROTEIN, VITAMIN C, MAGNESIUM &amp; CO. – WIE SINNVOLL SIND DIESE SUPPLEMENTS?</b>	<b>27</b>
3.2.1. <b>Protein</b> – eine ausgewogene Ernährung genügt	28
3.2.2. <b>Vitamin C</b> – als Nahrungsergänzungs- mittel überflüssig	29
3.2.3. <b>Vitamin B6</b> – zu hohe Mengen schaden	30
3.2.4. <b>Magnesium</b> – hilft nicht gegen Muskelkrämpfe	
3.2.5. <b>Vitamin D</b> – tatsächlich sinnvoll	32
3.2.6. <b>Multivitaminpräparate:</b> Vorsicht vor Überdosierung	33
<b>4. WELCHE REGELN GIBT ES?</b>	<b>34</b>
4.1. Einfach anmelden und los	
4.2. RISIKEN UND NEBENWIRKUNGEN: Fehlende Höchstmengen, gefährliche Inhaltsstoffe	
<b>5. WER KONTROLLIERT DAS ALLES?</b>	<b>40</b>
5.1. DIE ÜBERWACHUNGSBEHÖRDEN – heillos überfordert	
5.2. MITBEWERBER UND VERBRAUCHERVERBÄNDE – ein Tropfen auf den heißen Stein	<b>41</b>
<b>6. GESUNDHEITSSCHWINDEL BEENDEN – VERBRAUCHER:INNEN SCHÜTZEN.</b>	<b>42</b>

# ZUSAMMENFASSUNG UND FORDERUNG

## **IRREFÜHRENDE GESUNDHEITSVERSPRECHEN: ALLGEGENWÄRTIG IN DEN SOZIALEN MEDIEN**

foodwatch hat die Szene der Gesundheits- und Fitnessinfluencer:innen auf Instagram unter die Lupe genommen: Sämtliche der untersuchten Produktwerbungen mit Gesundheitsversprechen<sup>1</sup> waren aus Sicht von foodwatch unzulässig.

## **DIE INDUSTRIE ERZEUGT DEN ANSCHEIN EINES ÜBERMÄSSIGEN BEDARFS AN VITAMINEN, MINERALSTOFFEN & CO.**

Die Lebensmittelindustrie gaukelt Verbraucher:innen vor, sie benötigten zwingend Nahrungsergänzungsmittel, um gesund, schlank und fit zu sein. Beliebte Influencer:innen in den sozialen Medien verzerren das Bild von gesunder Ernährung und machen falsche Versprechungen – dies alles ohne das Einschreiten der Überwachungsbehörden.

## **NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL: HÄUFIG UNNÖTIG, TEILWEISE SCHÄDLICH**

Im besten Fall schadet das nur unserem Geldbeutel, im schlechtesten auch der Gesundheit. Nahrungsergänzungsmittel gelangen ungeprüft auf den Markt. Ohne gesetzliche Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe besteht die Gefahr der Überdosierung. Die vermeintlichen Gesundmacher können auch schädliche Stoffe enthalten. Bei der Kontrolle von Nahrungsergänzungsmitteln wird fast jede zweite Probe aus verschiedenen Gründen beanstandet.

---

<sup>1</sup> gesundheits- oder krankheitsbezogene Angaben.

## **WILDER WESTEN STATT KONTROLLIERTER QUALITÄT**

Die Lebensmittelbehörden versagen bei der Kontrolle der Gesundheitswerbung. Leiden die kommunal organisierten Überwachungsämter ohnehin schon unter Personalmangel und kommen ihren Aufgaben unzureichend nach, stoßen sie bei der Überprüfung der Werbung in sozialen Medien endgültig an ihre Grenzen. Die foodwatch-Analyse zeigt: In Instagram-Stories von Influencer:innen können die absurdesten Wirkversprechen gemacht werden, ohne dass die zuständigen Behörden einschreiten.

## **GESUNDHEITSPRECHEN MÜSSEN KONTROLLIERT WERDEN**

Um Verbraucher:innen eine informierte Entscheidung über den Kauf und die Einnahme von Nahrungsergänzungsmitteln zu ermöglichen und sie vor Risiken und Nebenwirkungen zu schützen, muss Gesundheitswerbung besser kontrolliert werden.

FOODWATCH FORDERT:

**Die Kontrolle des Online-Markts muss auf Bundesebene gebündelt und die Überwachung ausreichend personell und finanziell ausgestattet werden.**



# 1. EINLEITUNG: EIN WACHSENDER MARKT

Egal ob in Kapsel-, Tabletten- oder Pulverform: Nahrungsergänzungsmittel erfreuen sich in Deutschland großer Beliebtheit. Mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung (51 Prozent) über 16 Jahren, gab im Oktober 2024 an, in den letzten zwölf Monaten mindestens ein Nahrungsergänzungsmittel eingenommen zu haben.<sup>2</sup>

Da Nahrungsergänzungsmittel oft den Anschein von Arzneimitteln haben, gehen viele Menschen davon aus, dass sie offiziell geprüft werden, bevor sie auf den Markt kommen.<sup>3</sup> Doch das ist nicht der Fall. Anders als Arzneimittel unterliegen Nahrungsergänzungsmittel nicht dem Arzneimittelgesetz, sondern dem Lebensmittelrecht – und damit deutlich geringeren regulatorischen Anforderungen. Jede und jeder kann sich eigene Nahrungsergänzungsmittel zusammen mischen, diese innerhalb von fünf Minuten online anmelden und sofort verkaufen. Eine behördliche Zulassung oder Prüfung vor dem Inverkehrbringen ist nicht vorgesehen. Die Verantwortung für Dosierung und Sicherheit liegt allein bei den Herstellern.

Die meisten Nahrungsergänzungsmittel werden nach wie vor im stationären Lebensmitteleinzelhandel, in Apotheken oder Drogeriemärkten verkauft. Doch auch der Verkauf über Online-Shops und die Bewerbung über soziale Medien ist im Kommen. Während alteingesessene Marken wie Abtei,

Tetesept oder Kneipp nach wie vor die meisten Konsument:innen haben<sup>4</sup>, zeigt sich in den sozialen Medien ein anderes Bild: Hier gehören jüngere Nahrungsergänzungsmittelmarken, deren Produkte meist online verkauft werden, zu den Marken-Accounts, über die laut der Online-Marketing-Plattform OMR am meisten gesprochen wird. Die portugiesische Marke Prozis landete 2023 sogar auf dem zweiten Platz der auf Instagram am häufigsten erwähnten Marken. Auch More Nutrition und ESN, zwei Nahrungsergänzungsmittel-Marken der deutschen Firma The Quality Group, tauchen weit oben im Ranking auf. Laut OMR ein Beleg dafür, wie sehr sich Investitionen in Kooperationen auf Instagram offenbar für die Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln lohnen.<sup>5</sup>

Wie mit Gesundheitsversprechen geworben werden darf, ist europarechtlich durch die sogenannte Health-Claims-Verordnung (HCVO) vorgegeben. Doch halten sich die Unternehmen und ihre Influencer:innen daran? foodwatch hat 20 Tage lang die Instagram-Stories von 95 Influencer:innen aus den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Fitness beobachtet, die für verschiedene Nahrungsergänzungsmittelmarken werben. Das Ergebnis ist erschreckend: 100 Prozent der von den Influencer:innen verbreiteten Produktwerbungen mit Gesundheitsaussagen sind aus Sicht von foodwatch irreführend.

---

<sup>2</sup> <https://www.ikk-classic.de/presse/studien/Nahrungserg%C3%A4nzungsmittel>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>3</sup> Nach einer Umfrage des VZBV aus dem Jahr 2024 gehen fast die Hälfte der Befragten davon aus, dass Nahrungsergänzungsmittel staatlich auf Wirksamkeit und Sicherheit geprüft werden: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel/umfrage-das-halten-verbraucher-von-nahrungsergaenzungsmitteln-1905>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

---

<sup>4</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1363536/umfrage/fuehrende-marken-in-der-kategorie-vitamine-und-andere-nahrungsergaenzungsmittel-einschliesslich-sporternaehrungsergaenzungsmittel-und-probiotika-nach-anzahl-der-konsumenten-in-de/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>5</sup> <https://omr.com/de/daily/instagram-brands-mentions-ranking-2023>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

## WACHSTUMSMARKT NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL

Laut dem Informationsdienst IQVIA setzten allein Apotheken im Jahr 2023 deutschlandweit rund 3,11 Milliarden Euro mit Nahrungsergänzungsmitteln um.<sup>6</sup> Gegenüber 2018 ist der Umsatz damit um knapp 36 Prozent gestiegen.<sup>7</sup> Daneben machen auch der Lebensmitteleinzelhandel und Drogeriemärkte große Umsätze mit Nahrungsergänzungsmitteln. Insgesamt lag der Umsatz im deutschen Einzelhandel im Jahr 2022 bei 1,5 Milliarden Euro.<sup>8</sup> Mit 771,9 Millionen Euro wurde ein Großteil dabei über Drogeriemärkte umgesetzt. Online-Shops machten 380,8 Millionen Euro Umsatz.<sup>9</sup>

Laut dem Statistischen Bundesamt (Destatis) gaben 21 Prozent der Bevölkerung im Alter von 16 bis 74 Jahren im Jahr 2024 an, Arzneimittel oder Nahrungsergänzungsmittel wie zum Beispiel Vitaminpräparate online gekauft zu haben. Der Anteil ist in den vergangenen Jahren gestiegen: 2021 hatte er noch bei 16 Prozent gelegen.<sup>10</sup>

Auch die Anzahl der Unternehmen in der Herstellung von Nahrungsergänzungsmitteln stieg deutschlandweit von 52 im Jahr 2019 auf 64 Unternehmen im Jahr 2024 an.<sup>11</sup>

Das mit Abstand größte Produktsegment machen Vitamine und Mineralstoffe aus (2020 rund 54 Prozent).<sup>12</sup>

<sup>6</sup> effektiver Verkaufspreis: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1040811/umfrage/umsatz-mit-nahrungsergaenzungsmitteln-in-deutschland/#statisticContainer>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>7</sup> effektiver Verkaufspreis: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1040811/umfrage/umsatz-mit-nahrungsergaenzungsmitteln-in-deutschland/#statisticContainer>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>8</sup> rollierendes Jahr bis KW 13/2022: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1308546/umfrage/umsatz-mit-nahrungsergaenzungsmitteln-nach-vertriebslinien/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>9</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1308546/umfrage/umsatz-mit-nahrungsergaenzungsmitteln-nach-vertriebslinien/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>10</sup> [<sup>11</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1356432/umfrage/anzahl-unternehmen-nahrungsergaenzungsmittel-deutschland/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/Zahl-der-Woche/2025/PD25_11_p002.html#:~:text=Wie%20das%20Statistische%20Bundesamt%20, zuletzt abgerufen am 12.5.25.</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

<sup>12</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1040831/umfrage/umsatzverteilung-bei-nahrungsergaenzungsmitteln-nach-produktgruppe/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

## 2. FOODWATCH-ANALYSE:

# Das Geschäft mit irreführenden Gesundheitsversprechen auf Instagram

### 2.1. WAS IST ERLAUBT?

#### 2.1.1. Gesundheitsbezogene Angaben

Für die Bewerbung von Lebensmitteln und Nahrungsergänzungsmitteln mit gesundheitsbezogenen Angaben gilt die Health-Claims-Verordnung (HCVO). Diese EU-Verordnung zielt darauf ab, Verbraucher:innen vor irreführenden gesundheitsbezogenen Angaben zu schützen und sicherzustellen, dass nur wissenschaftlich fundierte Aussagen in der Werbung verwendet werden dürfen.

Gesundheitsbezogen ist jede Angabe, mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Zusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder einem seiner Bestandteile und der Gesundheit besteht.<sup>13</sup> Die Health-Claims-Verordnung schreibt ebenfalls vor, dass Werbung für Lebensmittel und Nahrungsergänzungsmittel keine falschen Eindrücke vermitteln darf, etwa indem suggeriert wird, dass ein bestimmtes Produkt für die Aufrechterhaltung der Gesundheit unerlässlich ist oder dass der Verzicht auf das Produkt gesundheitliche Nachteile mit sich bringen könnte.

#### 2.1.2. Krankheitsbezogene Angaben

Krankheitsbezogene Angaben, das heißt die Behauptung, dass das beworbene Produkt Krankheiten heilen, lindern oder vorbeugen könne, sind nach Art. 7 der Lebensmittel-Informations-Verordnung (LMIV) immer verboten. Sie fallen also erst gar nicht in den Anwendungsbereich der HCVO.

---

<sup>13</sup> Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 Verordnung 1924/2006 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTES UND DES RATES vom 20. Dezember 2006 über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel.

## 2.2. 95 INFLUENCER:INNEN IM VISIER VON FOODWATCH

Anhand der Schlagwörter „Ernährung“, „fit“ und „health“ hat foodwatch eine Liste von deutschsprachigen Instagram-Accounts aus der Fitness- und Gesundheitsszene erstellt. Die Liste umfasst öffentliche Accounts von Privatpersonen (keine Firmen), deren letzte Aktivität auf Instagram weniger als eine Woche zurück lag. Es wurden nur solche Accounts einbezogen, die mindestens 20.000 Follower:innen haben und erkennbar eine Kooperation mit einem Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller unterhielten (Firma wird in Instagram-Bio erwähnt oder in einem Story-Highlight, zum Beispiel mit Rabattcode). Insgesamt umfasste die Stichprobe 100 Accounts. foodwatch beobachtete alle Instagram-Stories dieser 100 Accounts für 20 Tage. Über Instagram-Stories lassen sich Bilder und Videos zeitlich begrenzt für 24 Stunden mit Freund:innen und Follower:innen teilen.

Der Zeitraum umfasste jeweils zehn Tage im Dezember 2024 und zehn Tage im Januar 2025. Fünf Accounts fielen aus der Stichprobe wieder raus, da die Influencer:innen entweder Instagram verließen oder ihre Kooperation mit dem Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller beendeten. Schlussendlich umfasste die Stichprobe also 95 Influencer:innen, 66 Frauen, 27 Männer und zwei Paare. Im Durchschnitt hatten die Influencer:innen 216.369 Follower:innen. Die geringste Followerzahl betrug 20.400, die höchste Followerzahl 1.400.000.



## 2.3. IRREFÜHRENDE GESUNDHEITS- VERSPRECHEN: DIE REGEL, NICHT DIE AUSNAHME

Insgesamt veröffentlichten die 95 beobachteten Influencer:innen in 20 Tagen 674 Stories, in denen sie Werbung für ein Nahrungsergänzungsmittel oder einen Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller machten (214 im Dezember, 460 im Januar). Obwohl es eigentlich vorgeschrieben ist, waren nur 530 der 674 Stories als Werbung gekennzeichnet, in 144 fehlte der Hinweis. Im Durchschnitt posteten die 95 Influencer:innen in den 20 Tagen jeweils 7,1 Stories mit Werbung für Nahrungsergänzungsmittel und/oder Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller.

In 358 Stories bewarben die Influencer:innen konkrete Nahrungsergänzungsmittel, insgesamt 152 verschiedene Produkte. foodwatch hat diese Stories auf Gesundheitsversprechen gemäß der HCVO gecheckt. 145 Mal verwendeten die Influencer:innen mindestens einen Health Claim pro beworbenem Produkt. In vielen Fällen wurden in einer Story verschiedene Nahrungsergänzungsmittel mit verschiedenen Health Claims beworben. Wurden in einer Story verschiedene Produkte beworben, haben wir diese separat angeschaut. Wurden jedoch für ein Produkt verschiedenste Versprechungen gemacht, haben wir die gesamte Produktwerbung als unzulässig eingestuft, sobald mindestens einer der Claims nicht zulässig war.

### **Damit kamen wir zu folgendem Ergebnis:**

Rund ein Drittel der Instagram-Stories, in denen Nahrungsergänzungsmittel beworben werden, enthält gesundheitsbezogene Aussagen - und in sämtlichen Fällen stuft foodwatch mindestens eines dieser Versprechen als unzulässig ein.



## 2.4. BEISPIELE FÜR UNZULÄSSIGE WERBUNG

Alle Produktwerbungen, die laut foodwatch gesundheitsbezogene Angaben enthalten, sind aus unserer Sicht nicht zulässig – das kann aus folgenden Gründen der Fall sein:

### 2.4.1. Heilungsversprechen

**Beispiel** **MIMI LAWRENCE** (mimilawrencefitness)  
für **Sunday Natural**, **3.2.25**

Influencerin und Personal Trainerin Mimi Lawrence bewarb Produkte des Unternehmens Sunday Natural am 03.02.2025 so:

*“Wenn du Gelenksprobleme hast aufgrund von chronischen Entzündungen oder intensiver Belastung, habe ich zwei Tipps für dich und zwar einmal Arthrovital Bio und Arthriflam Komplex.”*



### 2.4.2. Die Aussagen beziehen sich auf das Produkt als Ganzes

Grundsätzlich gilt, dass gesundheitsbezogene Angaben sich auf spezifische, von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) geprüfte und zugelassene Inhaltsstoffe beziehen müssen. Die erlaubten Health Claims können zum Beispiel im entsprechenden EU-Register nachgeschlagen werden.<sup>14</sup> So kann beispielsweise für Vitamin D folgendermaßen geworben werden: Vitamin D trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei. Die Werbung darf aber nicht für das Produkt als Ganzes, sondern nur für bestimmte Nährstoffe oder Bestandteile erfolgen.

**Beispiel** **MICHAEL STEINER** (iron\_mike69)  
für **Big Zone**, **10.1.25**

Der Fitness-Influencer und Personal Trainer Michael Steiner (iron\_mike69) dagegen bewarb etwa das “Blood-Storm 2.0”-Pulver des Herstellers Big Zone mit:

*“Der stärkste Pump-Booster den es gibt, du platzt einfach vor Pump.”*



<sup>14</sup> [https://food.ec.europa.eu/food-safety/labelling-and-nutrition/nutrition-and-health-claims/eu-register-health-claims\\_en](https://food.ec.europa.eu/food-safety/labelling-and-nutrition/nutrition-and-health-claims/eu-register-health-claims_en), zuletzt abgerufen am 12.5.25.



**Beispiel** **MAREIKE SCHNEIDER** (mareike\_s)  
für **everydays**, 15.12.24

Die Fitness-Influencerin Mareike Schneider bewarb die Kapseln von everydays mit dieser nicht zulässigen Aussage:

*"Mit diesen Kapseln (...) kannst du deinen Darm supergut unterstützen. (...) In der Schwangerschaft ist die Verdauung einfach verrückt. Ich habe Gott sei Dank wenige Probleme, aber auch, weil ich daily biotic nehme."*

### 2.4.3. Werbung geht über die zugelassene Aussage hinaus

Teilweise gehen Aussagen über das hinaus, was nach der Health Claims-Verordnung zulässig ist. Zwar muss die Aussage nicht wortwörtlich dem zugelassenen Claim entsprechen, sie muss aber inhaltlich dasselbe bedeuten. In unserer Beobachtung gingen einige Versprechungen aber weiter. So ist für Magnesium unter anderem zugelassen: "Magnesium trägt zu einer normalen Muskelfunktion bei" oder "Magnesium trägt zu einem normalen Energiestoffwechsel bei."



**Beispiel** **LINDA TUGLU** (lamibelle\_training)  
für **Sunday Natural**, 11.1.25

Influencerin und Fitness- und Ernährungscoach für Frauen Linda Tuglu alias lamibelle\_trainig warb am 11.1.25 für Nahrungsergänzungsmittel des Unternehmens Sunday Natural so:

*"Beugt Muskelkrämpfen vor und unterstützt die Muskelfunktion  
Fördert den Energiestoffwechsel  
Reduziert Stress und sorgt für Entspannung  
Stärkt Knochen und Zähne  
Reguliert Herzrhythmus und Blutdruck  
Unterstützt die Erholung nach dem Sport"*

Diese Aussagen zu Magnesium gehen teilweise viel weiter als die nach der Health Claims Verordnung erlaubten Claims.

## 2.4.4. Bewerbung von Inhaltsstoffen mit nicht existierenden Gesundheitsclaims

Darüber hinaus bewarben zahlreiche Influencer:innen Inhaltsstoffe, zu denen entweder gar kein Health Claims existiert, oder das Werbeversprechen nicht dem erlaubten Claim ähnelte.

**Beispiel** **DMITRIJ KREIS** (dimakreis)  
für **DK Health**, (5.1.25)

So sind zum Beispiel zu Kollagen grundsätzlich keine Aussagen zugelassen. Dennoch bewarb Dmitrij Kreis am 15.12.24 ein Kollagenprodukte so:

*"Kollagensupplemente können helfen, diesen Abbau zu verlangsamen, deine Haut elastischer, deine Gelenke geschmeidiger und deine Knochen noch stärker zu machen. Darüber hinaus kann Kollagen die Regeneration deiner Muskeln unterstützen und sogar die Gesundheit deines Darms fördern!"*



## 2.4.5. Unspezifische Gesundheitsversprechen

**Beispiel** **ALBERT HÄUSSLER** (albert-fitlifestyle)  
für **ESN**, (16.12.24)

*"Schlaf und Regeneration"*

Albert Häußler alias albert.fitlifestyle suggeriert hier, dass man dank der Supplemente Magnesium und Ashwa+ von ESN besser schlafen kann und die Regeneration unterstützt wird. Das ist kein klares Versprechen. Vielmehr handelt es sich wohl eher um einen unspezifischen Claim. Unspezifische Claims sind nur dann zulässig, wenn sie mit spezifischen, zugelassenen Claims gekoppelt werden. Dies ist aber in keinem der von uns gesichteten Posts der Fall.



## 2.4.6. Schwierig: Die Einordnung vermeintlicher Erfahrungsberichte

Ob ein Erfahrungsbericht authentisch ist, ist schwer nachprüfbar. Natürlich darf jede:r grundsätzlich ihre/seine Meinung über Produkte kundtun. Da die Influencer:innen aber allesamt erkennbar Kooperationen mit den jeweiligen Unternehmen hatten, hat foodwatch die entsprechenden Stories als Werbung eingeordnet und somit auch die Health Claims als unzulässig.



**Beispiel** **ADRIENNE KOLESZÁR** (adrienne\_koleszar) für **AG1**, (8.1.25)

Die Fitness-Influencerin Adrienne Koleszár berichtete in ihrer Story aus dem Januar 2025 über die positiven Effekte des Nährstoff-Pulver-Drinks von AG1:

*“Ihr seht meine Haut ist hübsch, ich fühle mich tatsächlich sehr gut und AG1 ist der Start am Morgen, der mir auch insgesamt ein bisschen weniger Heißhunger verursacht.”*

## 2.4.7. Kein Health Claim – trotzdem irreführend

Viele der Werbeaussagen in den analysierten Stories hat foodwatch nicht als “Health Claim” bewertet. Etwa, wenn die Influencer:innen das Produkt nur in die Kamera halten, einen Promo-Code teilen oder erklären, was es wieder für neue Geschmacksrichtungen gibt. Es ist nicht immer eindeutig, was in die Kategorie Health Claim fällt und was nicht.



**Beispiel** **STEFAN WEISSGERBER** (coachstef) für **Myprotein**, (10.1.25)

Der Physiotherapeut und Influencer Stefan Weissgerber, bekannt als coachstef bewarb das Whey Protein von Myprotein folgendermaßen:

*“Whey Protein, was es euch leichter macht im Alltag auf eure Proteine zu kommen.”*

**foodwatch-Bewertung:** Hier findet sich nicht wirklich ein Gesundheitsbezug. Aber es wird dennoch suggeriert, dass man es auf anderem Weg schwer hat, ausreichend Proteine zu sich zu nehmen.



## 2.4.8. Produktnamen

Nicht in die foodwatch-Bewertung aufgenommen, wurden Gesundheitsversprechen, die sich bereits in vielen der Produktnamen befinden. Auch diese wecken Erwartungen und können irreführend sein. Beispiele hierfür sind: Morning Power, Heat up, Anti-Stress-Kur, Mommy Power, Brain Recovery, Inner Beauty.

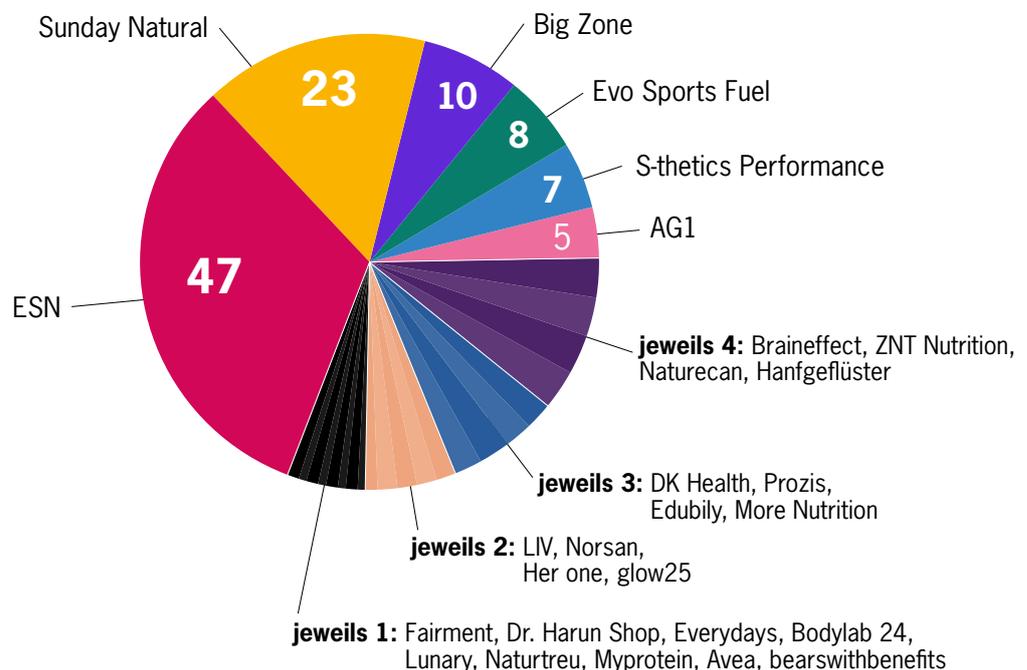
## 2.5. WELCHE HERSTELLER SETZEN AUF INFLUENCER-MARKETING?

foodwatch hat bei der Recherche zehn Marken identifiziert, die am häufigsten in den Stories erwähnt werden:

<b>ESN</b> <b>175</b>	<b>MORE NUTRITION</b> <b>153</b>	<b>PROZIS</b> <b>45</b>	<b>SUNDAY NATURAL</b> <b>38</b>	<b>FAYN</b> <b>37</b>
<b>BRAIN-EFFECT</b> <b>23</b>	<b>EVO SPORTS</b> <b>22</b>	<b>AG1</b> <b>17</b>	<b>EDUBILY</b> <b>15</b>	<b>ZNT NUTRITION</b> <b>15</b>

In punkto Irreführung stach die Marke ESN besonders hervor mit rund 32 Prozent der Produktwerbungen mit unzulässigen Aussagen. ESN gehört zur deutschen The Quality Group GmbH. Auf dem zweiten Platz folgt Sunday Natural.

### Anzahl Produktwerbungen mit unzulässigen Aussagen:



Die beiden Unternehmen mit den meisten Produktwerbungen mit irreführenden Aussagen sind:

### THE QUALITY GROUP GMBH

Das Unternehmen entstand Ende 2020 durch den Zusammenschluss verschiedener Gesellschaften, darunter die ehemaligen Konkurrenten Fitmart (ESN) und More Nutrition.

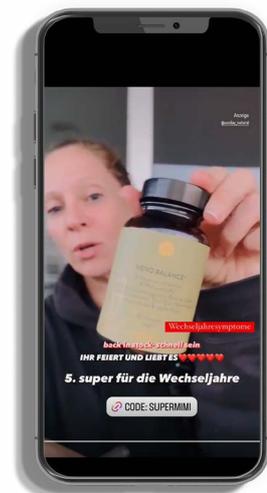
2023 betrug der Jahresumsatz laut eigenen Angaben 680 Millionen Euro<sup>15</sup> und konnte damit im Vergleich zu 450,7 Millionen im Vorjahr um gut 50 Prozent gesteigert werden.<sup>16</sup> The Quality Group gab 2024 gegenüber dem Fachmagazin Business Insider an, 900 Influencer:innen unter Vertrag zu haben.<sup>17</sup> Die Marke More Nutrition ist kein reines Online-Phänomen mehr. Viele Produkte werden inzwischen zum Beispiel bei Edeka, DM und Rewe verkauft, was noch einmal verdeutlicht, wie sehr der Markt wächst.

### SUNDAY NATURAL

Der Jahresumsatz des Berliner Unternehmens Sunday Natural belief sich im Jahr 2024 auf etwa 90 Millionen Euro.<sup>18</sup> Das Unternehmen arbeitet laut OMR bevorzugt mit sogenannten "Medfluencern" zusammen – darunter Ärzt:innen, Heilpraktiker:innen und Therapeut:innen.<sup>19</sup> Diese Fachleute sollen zur Glaubwürdigkeit der Marke beitragen. Die Nahrungsergänzungsmittel von Sunday Natural kommen natürlich daher und werden in Glasflaschen angeboten, was hochwertig wirkt. Viele der unzulässigen Claims, die für Sunday Natural gemacht wurden, sind krankheitsbezogene Angaben.

**Beispiel** **MIMI LAWRENCE** (mimilawrencefitness)  
für **Sunday Natural**, (3.2.25)

*"Das Produkt, was ihr nehmt, wenn ihr in den Wechseljahren seid. Der Zyklus kommt nicht mehr so regelmäßig, der verändert sich, es kommen auch Wechseljahresbeschwerden dazu. Dann ist das Meno Balance. Hat super vielen von euch richtig gut geholfen."*



<sup>15</sup> <https://www.tqgg.de/ueber-uns>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>16</sup> <https://www.northdata.de/The%20Quality%20Group%20GmbH,%20Elmshorn/Amtsgericht%20Pinneberg%20HRB%2015629%20PI>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>17</sup> <https://www.facebook.com/Business.Insider.Deutschland/posts/die-quality-group-zu-der-unter-anderem-more-nutrition-und-esn-geh%C3%B6ren-hat-laut-e/772465508390359/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>18</sup> <https://ecommercedb.com/store/sunday.de>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>19</sup> <https://omr.com/de/daily/robert-bosch-sunday-natural>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.



## 2.6. NÄHE, VERTRAUEN, RABATTCODES - STRATEGIEN DES INFLUENCER-MARKETINGS

Influencer:innen setzen auf Instagram gezielte Marketingstrategien ein, um Nahrungsergänzungsmittel als essenziell für Gesundheit, Schönheit und Wohlbefinden zu positionieren. Wichtige Methoden sind:

### 2.6.1. Nähe und Authentizität

Eine der wirkungsvollsten Strategien im Influencer-Marketing ist die Schaffung von Authentizität. Influencer:innen inszenieren sich als Freund:innen und Vertrauenspersonen, deren Empfehlungen auf eigenen Erfahrungen basieren. Sie teilen persönliche Geschichten, gewähren Einblicke in ihren Alltag und lassen ihre Follower:innen teils sehr intime Momente aus ihrem Familienleben miterleben. Dadurch entsteht das Gefühl einer persönlichen Verbindung, sodass Werbebotschaften eher als ehrliche Empfehlungen denn als Werbung wahrgenommen werden. Durch das Erzählen persönlicher Erfolgsgeschichten entsteht der Eindruck, dass bestimmte Nahrungsergänzungsmittel unerlässlich für ein besseres Leben sind.

**Beispiel** JOHANNA DEXHEIMER (flusine)  
für AG1, [2.1.25](#)

Johanna Dexheimer alias flusine berichtet etwa:

*“Mein Alltag ist als dreifache Mutter oft sehr voll und ich muss vieles organisieren und im Kopf haben. Mentale Klarheit und ausreichend Energie sind für mich sehr wichtig und da ist eine gute Nährstoffversorgung Gold wert. Daher ist AG1 für mich nicht mehr aus meiner Routine wegzudenken.”*



## 2.6.2. Exklusive Rabattcodes

Influencer:innen bieten ihren Follower:innen häufig Rabattcodes an. Diese schaffen Kaufanreize. Da die Preisgestaltung der Produkte im Nahrungsergänzungsmittelmarkt sehr variabel und wenig transparent ist, spielen hier Rabattcodes eine besonders große Rolle.<sup>20</sup>



**Beispiel** **CORINNA LOROFF** (thecosmococo)  
für **Sunday Natural**, **19.12.24**

Corinna Loroff alias thecosmococo bietet im Rahmen ihrer Kooperation mit Sunday Natural Rabattcodes an:

*“(...) und ihr könnt übrigens auf alles von Sunday Natural für diese Woche noch mit meinem Code coco einfach 10 % sparen”*

## 2.6.3. Fehlende Transparenz

Etwa jede fünfte der von uns untersuchten Stories war nicht als Werbung gekennzeichnet. Das könnte zur Folge haben, dass werbliche Inhalte von Konsument:innen nicht als solche erkannt, sondern erst recht als persönliche, gut gemeinte Empfehlungen aufgefasst werden. Denn eine transparente Offenlegung gesponserter Inhalte kann die Überzeugungswirkung werblicher Botschaften deutlich abschwächen.<sup>21</sup>

Eine Studie kam zu dem Ergebnis, dass wichtige Informationen zu Dosierung & Co. in Influencer-Posts systematisch weggelassen werden.<sup>22</sup> Danach informierten nur zwei Prozent der Influencer:innen über mögliche Neben- oder Wechselwirkungen. 98 Prozent der Posts enthielten keine Angaben zu Gegenanzeigen oder Risiken einer Überdosierung. Die foodwatch-Recherche zeigt ein ähnliches Bild: Nahrungsergänzungsmittel werden nicht nur als notwendig, sondern auch harmlos vermarktet. Das sind sie jedoch nicht, wie in Kapitel 3 und 4 gezeigt wird.

## 2.6.4. Angst- und Mangelmarketing

Influencer:innen suggerieren, dass die normale Ernährung nicht ausreicht und Nahrungsergänzungsmittel für eine optimale Gesundheit notwendig sind. In den von foodwatch untersuchten Stories aus dem Winter 2024/2025 wurde zum Beispiel immer wieder auf die Erkältungszeit und die notwendige Stärkung des Immunsystems Bezug genommen.

<sup>20</sup> Ricke, J.-N., & Seifert, R. (2024). Disinformation on dietary supplements by German influencers on Instagram. *Naunyn-Schmiedeberg's Archives of Pharmacology*, 398, 5629–5647. <https://doi.org/10.1007/s00210-024-03616-4>.

<sup>21</sup> <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00913367.2020.1765909>.

<sup>22</sup> Ricke, J.-N., & Seifert, R. (2024). Disinformation on dietary supplements by German influencers on Instagram. *Naunyn-Schmiedeberg's Archives of Pharmacology*, 398, 5629–5647. <https://doi.org/10.1007/s00210-024-03616-4>.

**Beispiel** **ANNKATHRIN MARTIN** (annkathrin.martin)  
für kein bestimmtes Produkt, (22.12.24)

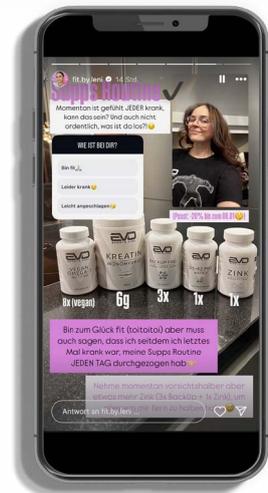
*„Ich hau mir hier wirklich alle möglichen Pillchen rein und ich kann es euch wirklich nur empfehlen, euch da zuzubomben, weil gerade jetzt in der dunklen, kalten Jahreszeit da ist unser Immunsystem sowieso geschwächt und da ist es umso wichtiger einfach positiv auf seine Gesundheit einzuwirken, um nicht krank zu werden, um das Immunsystem richtig schön zu boosten, damit man einfach gesund durch den Winter geht.“*



**Beispiel** **LENA MARIA** (fit.by.leni)  
für **evo sports fuel**, (6.1.25)

Die Influencerin Lena Maria aka fit.by.leni bewarb Supplemente von evo sports fuel so:

*„Momentan ist gefühlt JEDER krank, kann das sein? (...) Bin zum Glück fit (toitoitoi) aber muss auch sagen, dass ich seitdem ich letztes Mal krank war, meine Supps Routine JEDEN TAG durchgezogen habe (...) Nehme momentan vorsichtshalber aber etwas mehr Zink (3x BackUp + 1x Zink), um alles von mir fernzuhalten“*



## 2.6.5. Gesundheitsversprechen

Viele Produkte werden als „Wundermittel“ gegen Müdigkeit, Hautprobleme oder zur Fettverbrennung beworben. Influencer:innen machen Versprechungen, die so nicht erlaubt sind und vermarkten Nahrungsergänzungsmittel als schnelle Lösung für alle möglichen Beschwerden.

**Beispiel** **MIMI LAWRENCE** (mimilawrencefitness)  
für **Sunday Natural**, (3.2.25)

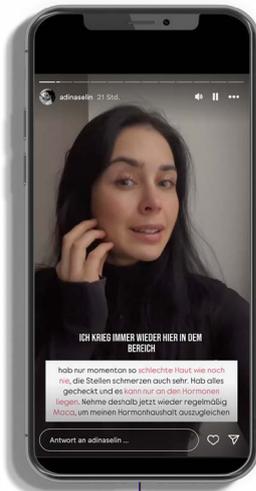
*Dann haben mich ganz viele gefragt, was man denn machen kann, wenn man unter chronischer Erschöpfung, Müdigkeit, Antriebslosigkeit, Konzentrationsschwierigkeiten leidet. Da habe ich drei Sachen, die wirklich super sind. Eins hatte ich euch schon mal vorgestellt und zwar Brain Recovery: Super super spannend. Und das nehme ich gerade selber: Neuroflam Komplex. Mega spannendes Produkt, ich find es großartig. Und für die Frauen in den Wechseljahren, die damit Probleme haben: Brain Fog Komplex. (...) Ich finde alle Produkte Bombe.“*





**Beispiel** **CORINNA LOROFF** (thecosmococo) für **Sunday Natural**, 19.12.24

*"Meine Leber ist eh wahnsinnig in Mitleidenschaft gezogen und ich hab's geschafft, dass meine Werte wieder super sind. Und ich bin der Meinung, dass ich das auch diesem Leberkomplex hier zu verdanken hab. (...) Es unterstützt wirklich meine Leber wahnsinnig gut."*



**Beispiel** **ADINA SELIN** (adinaselin) für **Naturtreu**, 7.1.25

*"Hab nur momentan so schlechte Haut wie noch nie, die Stellen schmerzen auch sehr. Hab alles gecheckt und es kann nur an den Hormonen liegen. Nehme deshalb jetzt wieder regelmäßig Maca, um meinen Hormonhaushalt auszugleichen."*



## 2.7. GROSSER EINFLUSS AUF DAS KAUFVERHALTEN

Der Einfluss von Influencer:innen auf das Kaufverhalten ihrer Follower:innen ist groß. Social-Media-Nutzer:innen zwischen 18-65 Jahren gaben 2023 in einer Befragung an, mit einer 61 Prozent höheren Wahrscheinlichkeit Produkte der Marke zu kaufen, die eine Influencerin oder ein Influencer bewirbt, der oder dem sie folgen.<sup>23</sup> Laut einer Studie des Unternehmens Nielsen IQ aus dem Jahr 2021 vertrauen 71 Prozent der Verbraucher:innen den Online-Empfehlungen von Influencer:innen.<sup>24</sup>

Hinzu kommt der so genannte Mere-Exposure-Effekt: Je öfter Menschen eine Botschaft sehen, desto positiver bewerten sie sie. Wenn User:innen also regelmäßig Beiträge von Influencer:innen sehen, die immer wieder Werbung für die gleiche Marke oder das gleiche Produkt machen, sind sie eher geneigt, dieses auch auszuprobieren.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1395793/umfrage/umfrage-einfluss-kaufentscheidung-influencer-marke-zusammenarbeit-deutschland/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>24</sup> <https://www.nielsen.com/de/insights/2022/getting-closer-influencers-help-brands-build-more-personal-consumer-connections/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>25</sup> <https://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/mere-exposure-effekt/9583>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

Es handelt sich hier um eine Produktwerbung bestehend aus zwei Stories



# 3. NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL – Zwischen suggeriertem und tatsäch- lichem Nutzen

## 3.1. KEIN ERSATZ FÜR EINE GESUNDE ERNÄHRUNG

So wie Nahrungsergänzungsmittel auf Social Media beworben werden, könnte man das Gefühl bekommen, sie seien ein essenzieller Bestandteil einer gesunden Lebensweise. Dieser Eindruck täuscht. Der Großteil der Supplemente ist für die Allgemeinbevölkerung mindestens überflüssig.<sup>26</sup>

Dabei haben Nahrungsergänzungsmittel ihre Berechtigung – aber nur in bestimmten Lebenssituationen. Bei nachgewiesenem Mangel, bestimmten Erkrankungen oder Unverträglichkeiten kann eine gezielte Supplementierung medizinisch sinnvoll oder sogar notwendig sein. Veganer:innen sollten beispielsweise unbedingt Vitamin B12 einnehmen<sup>27</sup> und in der Schwangerschaft ist die Supplementation von Folsäure unerlässlich, um das Risiko für Fehlbildungen beim Kind zu senken.<sup>28</sup> Auch für ältere Menschen kann die gezielte Einnahme einzelner Nahrungsergänzungsmittel sinnvoll sein, da der Körper bestimmte Nährstoffe im Alter nicht mehr so gut aufnehmen kann.<sup>29</sup> Für die

meisten Menschen, die sich halbwegs ausgewogen ernähren, ist der Großteil der angebotenen Produkte jedoch nicht notwendig. Das gilt umso mehr, als Untersuchungen zeigen, dass Nahrungsergänzungsmittel besonders häufig von Menschen mit ohnehin gesundem Lebensstil eingenommen werden – also gerade von denen, die sie am wenigsten brauchen.<sup>30</sup> Zudem belegen internationale Studien, dass eine über den tatsächlichen Bedarf hinausgehende Zufuhr von Mikronährstoffen keinen zusätzlichen gesundheitlichen Nutzen bringt.<sup>31</sup>

### **Nahrungsergänzungsmittel sind kein Ersatz für eine gesunde Ernährung – und kein Garant für Gesundheit**

Wer etwas für seine Gesundheit tun möchte, sollte in erster Linie auf einen gesunden Lebensstil setzen. Denn hier ist die Studienlage eindeutig: Mit gesunder abwechslungsreicher Ernährung und körperlicher Aktivität lassen sich chronische Krankheiten vorbeugen.<sup>32</sup> Eine Ernährungsweise

26 <https://www.bfr.bund.de/lebensmittel-und-futtermittelsicherheit/gesundheitsliche-risikobewertung-speziieller-lebensmittelgruppen/gesundheitsliche-bewertung-von-nahrungsergaenzungsmitteln/>, zuletzt abgerufen am 27.5.25.

27 [https://www.bfr.bund.de/de/vitamin\\_b12\\_bei\\_pflanzenbasierter\\_ernaehrung\\_besonders\\_auf\\_eine\\_angemessene\\_versorgung\\_achten-312956.html](https://www.bfr.bund.de/de/vitamin_b12_bei_pflanzenbasierter_ernaehrung_besonders_auf_eine_angemessene_versorgung_achten-312956.html), zuletzt abgerufen am 12.5.25;

<https://www.dge.de/gesunde-ernaehrung/faq/vitamin-b12/#c3450>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

28 <https://www.bfr.bund.de/cm/350/schwanger-werden-aber-nicht-ohne-folsaeure.pdf>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

29 <https://www.dge.de/gesunde-ernaehrung/gezielte-ernaehrung/aeltere-menschen/koerperzusammensetzung-und-kritische-naehrstoffe-im-alter/> zuletzt abgerufen am 12.5.25.

30 Knopf, H. (2017). Selbstmedikation mit Vitaminen, Mineralstoffen und Nahrungsergänzungsmitteln in Deutschland: Ergebnisse bundesweiter Gesundheitssurveys. Bundesgesundheitsblatt - Gesundheitsforschung - Gesundheitsschutz, 60(3), 268–276. <https://doi.org/10.1007/s00103-016-2500-y>.

31 Loffield, E., O'Connell, C. P., Abnet, C. C., Graubard, B. I., Liao, L. M., Beane Freeman, L. E., Hofmann, J. N., Freedman, N. D., & Sinha, R. (2024). Multivitamin Use and Mortality Risk in 3 Prospective US Cohorts. JAMA Network Open, 7(6), e2418729. <https://jamanetwork.com/journals/jamanetworkopen/fullarticle/2820369>, zuletzt abgerufen am 12.5.25; <https://www.bfr.bund.de/cm/343/aktualisierte-hoehstmengevorschlaege-fuer-vitamine-und-mineralstoffe-in-nahrungsergaenzungsmitteln-und-angereicherten-lebensmitteln-2024.pdf>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

32 <https://www.dkfz.de/epidemiologie-von-krebserkrankungen/ernaehrungsepidemiologie/epic-ergebnisse>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

wie die mediterrane Diät - reich an pflanzlichen Lebensmitteln wie Gemüse, Obst, Vollkorngetreide, Nüssen und Hülsenfrüchten - fördert die kardio-vasculäre Gesundheit und verringert das Risiko für Herzkrankheiten, Diabetes, Bluthochdruck und Adipositas. Dabei erhöht sie nachweislich die Lebenserwartung.<sup>33</sup> Solche deutlichen Effekte lassen sich bei der Einnahme von Supplementen nicht eindeutig nachweisen. Und es ist auch nicht so einfach möglich, die gesundheitsförderlichen Stoffe bestimmter Lebensmittel durch Nahrungsergänzungsmittel zu ersetzen.<sup>34</sup>

33 Guasch-Ferré, M., & Willett, W. C. (2021). The Mediterranean diet and health: A comprehensive overview. *Journal of Internal Medicine*, 290(3), 549–566. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/joim.13333>.

34 Bsp: Antioxidantien: Der Zusammenhang zwischen dem Verzehr von viel Obst und Gemüse und einem geringeren Risiko für chronische Erkrankungen wird unter anderem auf die enthaltenen Antioxidantien wie Beta-Carotin, Vitamin A, C, E und Selen zurückgeführt. Die Studienlage liefert jedoch keine ausreichenden Belege dafür, dass antioxidative Nahrungsergänzungsmittel gesunde Menschen vor Krebs und anderen lebensbedrohlichen Erkrankungen schützen, vgl. Bjelakovic, G., Nikolova, D., Gluud, L. L., Simonetti, R. G., & Gluud, C. (2012). Antioxidant supplements for prevention of mortality in healthy participants and patients with various diseases. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, 2012(3). <https://www.cochranelibrary.com/cdsr/doi/10.1002/14651858.CD007176.pub2/full>.



### 3.2. PROTEIN, VITAMIN C, MAGNESIUM & CO. – WIE SINNVOLL SIND DIESE SUPPLEMENTS?

Die foodwatch-Analyse zeigt: Besonders häufig bewerben Influencer:innen Produkte, die Protein, Vitamin C und Vitamin B6 enthalten. Doch verdienen gerade diese Nährstoffe so viel Aufmerksamkeit – und ist eine Supplementierung überhaupt notwendig?

#### Die Top 15 der verwendeten Nährstoffe in den insgesamt 152 beworbenen Produkten:

NÄHR-STOFFE	VORKOMMEN IN PRODUKTEN
Protein	35
Vitamin C	32
Vitamin B6	30
Magnesium	23
Vitamin D3	23
Zink	22
Vitamin B12	21
Biotin	19
Niacin	19
Vitamin B1	18
Vitamin B2	17
Pantothensäure	17
Folsäure	15
Vitamin E	14
Selen	14

### 3.2.1. Protein – eine ausgewogene Ernährung genügt

Besonders Sportler:innen legen einen Fokus auf ihre Proteinversorgung, da Proteine zu einer Zunahme und Erhaltung von Muskelmasse beitragen.<sup>35</sup> Vor diesem Hintergrund wird auch Proteinpulver vermarktet – und online vor allem von Fitness-Influencer:innen beworben. In den meisten Fällen ist es jedoch nicht notwendig, auf Proteinpräparate zurückzugreifen. Eine ausgewogene, proteinreiche Ernährung reicht in der Regel aus, um den Bedarf zu decken. Für gesunde Erwachsene empfiehlt die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) eine tägliche Proteinzufuhr von 0,8 g pro Kilogramm Körpergewicht – das entspricht bei einer 68 kg schweren Person rund 54 Gramm Protein pro Tag. Diese Menge lässt sich über eine ausgewogene Ernährung abdecken – etwa durch Vollkornbrot, Quark oder gekochte Linsen.<sup>36</sup>

Auch wer regelmäßig Sport treibt, benötigt normalerweise keine zusätzliche Proteinzufuhr. Für Erwachsene, die sich etwa vier- bis fünfmal pro Woche für 30 Minuten moderat bewegen, gilt weiterhin der allgemeine Richtwert von 0,8 g/kg Körpergewicht. Nur bei sehr hohen Trainingsumfängen – beispielsweise im Leistungssport mit mehr als fünf Stunden Training pro Woche – kann eine gezielte, sportartspezifisch angepasste Proteinzufuhr sinnvoll sein, um den Trainingsprozess zu unterstützen. Der tägliche Proteinbedarf lässt sich aber auch bei ambitionierten sportlichen Zielen über eine geeignete Kombination von Lebensmitteln decken.<sup>37</sup>

Supplemente sind also kein Muss – auch nicht im Sport. Natürlich kann der Griff zum Proteinshake in manchen Situationen sinnvoll oder einfach praktisch sein – etwa bei Zeitmangel, besonderen Trainingszielen oder Lebensmittelunverträglichkeiten. Doch die verbreitete Vorstellung, ohne Proteinpulver lasse sich ein gesunder oder sportlicher Lebensstil nicht umsetzen, ist wissenschaftlich nicht haltbar.<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> König, D., Carlsohn, A., Braun, H., Großhauser, M., Lampen, A., Mosler, S., Nieß, A., & al., et. (2020). Proteins in sports nutrition. Position of the working group sports nutrition of the German Nutrition Society (DGE). *Ernährungs Umschau*, 67(7), 132–139. <https://doi.org/10.4455/eu.2020.039>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>36</sup> <https://www.dge.de/gesunde-ernaehrung/faq/ausgewaehlte-fragen-und-antworten-zu-protein-und-unentbehrlichen-aminosaeuere/#c3494>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>37</sup> König, D., Carlsohn, A., Braun, H., Großhauser, M., Lampen, A., Mosler, S., Nieß, A., & al., et. (2020). Proteins in sports nutrition. Position of the working group sports nutrition of the German Nutrition Society (DGE). *Ernährungs Umschau*, 67(7), 132–139. <https://doi.org/10.4455/eu.2020.039>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>38</sup> König, D., Carlsohn, A., Braun, H., Großhauser, M., Lampen, A., Mosler, S., Nieß, A., & al., et. (2020). Proteins in sports nutrition. Position of the working group sports nutrition of the German Nutrition Society (DGE). *Ernährungs Umschau*, 67(7), 132–139. <https://doi.org/10.4455/eu.2020.039>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.



### 3.2.3. Vitamin B6 - zu hohe Mengen schaden

Während die Supplementierung von Protein und Vitamin C zwar nicht nötig und möglicherweise Geldverschwendung ist, aber immerhin keine größere Gefahr für die Gesundheit darstellt, sieht das bei Vitamin B6 anders aus: Das Vitamin trägt zwar zu einem normalen Energiestoffwechsel und der normalen Funktion des Nervensystems bei, doch eine zu hohe Zufuhr kann genau dort Schaden anrichten.<sup>41</sup> Ein echter Mangel ist selten.<sup>42</sup> Wer mehrere Präparate kombiniert oder dauerhaft hoch dosiert supplementiert, kann sich ungewollt selbst schaden. Wie gefährlich eine unkontrollierte Zufuhr sein kann, zeigen dokumentierte Fälle, in denen Menschen durch hochdosiertes Vitamin B6 Beschwerden wie Taubheit, Muskelzuckungen oder Krämpfe entwickelten.<sup>43</sup>

### 3.2.4. Magnesium – hilft nicht gegen Muskelkrämpfe

Das beliebteste Nahrungsergänzungsmittel in Deutschland ist seit Jahren Magnesium.<sup>44</sup> Auch die foodwatch-Analyse ergab, dass viele der auf Instagram beworbenen Produkte Magnesium enthalten. Menschen nehmen es unter anderem in der Hoffnung ein, damit Muskelkrämpfen vorzubeugen – insbesondere Wadenkrämpfen. Sinnvoll ist die Einnahme allerdings auch in diesem Fall nur, wenn tatsächlich ein Magnesiummangel vorliegt – was in Deutschland eher selten der Fall ist.<sup>45</sup> Studien zeigen außerdem, dass Magnesium bei Muskelkrämpfen in der Regel keinen nachweisbaren Nutzen hat.<sup>46</sup>



**Beispiel** **PATRICIA KRAFT**

(patriciakraft)

für **Sunday Natural**, **6.1.25**

*“Stress? Müde? Krämpfe? Take this: Magnesium”*

41 EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens (NDA), Turck, D., Bohn, T., Castenmiller, J., de Henaauw, S., Hirsch Ernst, K., Knutsen, H. K., Maciuk, A., Mangelsdorf, I., McArdle, H. J., Pelaez, C., Pentieva, K., Siani, A., Thies, F., Tsabouri, S., Vinceti, M., Fairweather Tait, S., Vrolijk, M., Fabiani, L., ... Naska, A. (2023). Scientific opinion on the tolerable upper intake level for vitamin B6. *EFSA Journal*, 21(5). <https://doi.org/10.2903/j.efs.2023.8006>.

42 Bechthold, A., Albrecht, V., & Leschik-Bonnet, E. (2012). Beurteilung der Vitaminversorgung in Deutschland. Teil 1: Daten zur Vitaminzufuhr. *Ernährungs Umschau*, 59 (6), 324–336. [https://www.ernaehrungs-umschau.de/fileadmin/Ernaehrungs-Umschau/pdfs/pdf\\_2012/07\\_12/EU07\\_2012\\_396\\_401.qxd.pdf](https://www.ernaehrungs-umschau.de/fileadmin/Ernaehrungs-Umschau/pdfs/pdf_2012/07_12/EU07_2012_396_401.qxd.pdf), zuletzt abgerufen am 12.5.25.

43 <https://www.mja.com.au/journal/2023/218/7/neurotoxic-risks-over-counter-vitamin-supplements>, zuletzt abgerufen am 12.5.25;  
[https://www.theguardian.com/australia-news/2025/jan/05/simon-never-linked-the-pain-in-his-hands-and-feet-to-multivitamins-but-a-pathology-test-did?utm\\_source](https://www.theguardian.com/australia-news/2025/jan/05/simon-never-linked-the-pain-in-his-hands-and-feet-to-multivitamins-but-a-pathology-test-did?utm_source), zuletzt abgerufen am 12.5.25

44 <https://www.lebensmittelverband.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20221018-nahrungsergaenzungsmittel-marktzahlen-2022>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

45 <https://www.dge.de/fileadmin/dok/gesunde-ernaehrung/faq/DGE-FAQ-Magnesium-2022.pdf>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

46 <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel/magnesium-was-ist-zu-beachten-8003>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

Roguin Maor, N., Alperin, M., Shturman, E., Khairaldeh, H., Friedman, M., Karkabi, K., & Milman, U. (2017). Effect of Magnesium Oxide Supplementation on Nocturnal Leg Cramps: A Randomized Clinical Trial. *JAMA Internal Medicine*, 177(5), 617. <https://jamanetwork.com/journals/jamainternalmedicine/fullarticle/2603490>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.





### 3.2.6. Multivitaminpräparate: Vorsicht vor Überdosierung

Eins steht fest: Nahrungsergänzungsmittel sind vor allem dann sinnvoll, wenn sie einen Mangel gezielt ausgleichen. Eine gesunde Ernährung können sie jedoch nicht ersetzen. Auffällig bei den auf Instagram beworbenen Produkten ist, dass es sich häufig um Multinährstoffpräparate handelt – sogenannte Multivitamin-tabletten. Viele Menschen nehmen sie in der Hoffnung ein, ihre Gesundheit zu verbessern oder chronischen Krankheiten vorzubeugen. Doch genau das können sie in den meisten Fällen nicht leisten. Große Langzeitstudien mit mehreren hunderttausend Teilnehmenden kommen zu einem klaren Ergebnis: Multivitaminpräparate haben keinen nachweisbaren Einfluss auf die Krankheitsvorbeugung oder die Lebenserwartung.<sup>49</sup> Im Gegenteil: Es gibt sogar Hinweise darauf, dass die tägliche Einnahme von Multivitaminpräparaten mit einem leicht erhöhten Sterblichkeitsrisiko verbunden sein könnte.<sup>50</sup> Hinzu kommt: Wer mehrere solcher Kombipräparate gleichzeitig nimmt, kann leicht den Überblick verlieren – und riskiert unbeabsichtigt eine Überdosierung einzelner Nährstoffe.

Viele der Gesundheitsversprechen, mit denen Nahrungsergänzungsmittel in sozialen Medien beworben werden, halten einer wissenschaftlichen Überprüfung nicht stand. Ob Protein, Vitamin C oder Multivitaminpräparate – der angeblich große Nutzen wird in Studien meist nicht bestätigt. Statt fundierter Informationen wird in vielen Fällen ein nicht vorhandener Bedarf suggeriert. Das kann dazu führen, dass Menschen Produkte einnehmen, die sie gar nicht brauchen – oder ihnen im schlimmsten Fall sogar schaden.

*„Wenn Curcumin & Co. wirklich so wirksam wären, wie von Supplement-Influencerinnen und -Influencern immer behauptet wird, dann würde die Pharmaindustrie schon morgen ein Patent darauf anmelden. (...) Wenn die profitorientierte Pharmaindustrie kein Interesse an bestimmten Supplementen hat, dann ganz einfach deshalb, weil man mit unwirksamen Dingen keine Arzneimittelzulassung erhält – denn für so eine Zulassung müsste die Pharmafirma Wirksamkeitsstudien liefern. Als Herstellfirma für Supplemente muss man das nicht und kann Geld machen – völlig ohne Wirksamkeitsnachweis.“<sup>51</sup>*

<sup>49</sup> Loftfield, E., O’Connell, C. P., Abnet, C. C., Graubard, B. I., Liao, L. M., Beane Freeman, L. E., Hofmann, J. N., Freedman, N. D., & Sinha, R. (2024). Multivitamin Use and Mortality Risk in 3 Prospective US Cohorts. *JAMA Network Open*, 7(6), e2418729. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2024.18729>;

Lim, J., Weinstein, S. J., Liao, L. M., Sinha, R., Huang, J., & Albanes, D. (2022). Multivitamin Use and Overall and Site-Specific Cancer Risks in the National Institutes of Health–AARP Diet and Health Study. *The Journal of Nutrition*, 152(1), 211–216. <https://doi.org/10.1093/jn/nxab322>.

<sup>50</sup> Lim, J., Weinstein, S. J., Liao, L. M., Sinha, R., Huang, J., & Albanes, D. (2022). Multivitamin Use and Overall and Site-Specific Cancer Risks in the National Institutes of Health–AARP Diet and Health Study. *The Journal of Nutrition*, 152(1), 211–216. <https://doi.org/10.1093/jn/nxab322>.

<sup>51</sup> Prof. Dr. rer. Nat. Martin Smollich: *Der Nährstoff Kompass*, 4. Auflage, S. 27 f.

## 4. WELCHE REGELN GIBT ES?

### 4.1. Einfach anmelden und los

Nahrungsergänzungsmittel sind „Lebensmittel, die dazu bestimmt sind, die normale Ernährung zu ergänzen“, heißt es in der deutschen Verordnung über Nahrungsergänzungsmittel (NemV).<sup>52</sup> Sie werden häufig in Formen angeboten, die stark an Arzneimittel erinnern – etwa als Tabletten, Kapseln oder Pulver. Aber nicht nur die Darreichungsform, sondern auch die Verpackung und die beworbenen Wirkversprechen ähneln oft pharmazeutischen Produkten. Dennoch handelt es sich ausdrücklich nicht um Arzneimittel, da diese per Definition dazu bestimmt sind, Krankheiten zu heilen, zu lindern oder zu verhüten<sup>53</sup> und gemäß dem Arzneimittelgesetz (AMG) zugelassen werden müssen.<sup>54</sup>

Im Gegensatz zu Arzneimitteln, müssen Nahrungsergänzungsmittel nicht zugelassen werden. Es müssen keine Wirknachweise erbracht werden. Nicht einmal die Sicherheit der Produkte muss nachgewiesen werden. Denn dafür sind die Hersteller – weil es sich eben um Lebensmittel handelt – verantwortlich. Möchte jemand Nahrungsergänzungsmittel herstellen oder verkaufen, so muss dies lediglich dem Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) mitgeteilt werden.<sup>55</sup> Es handelt sich dabei um

ein Online-Formular, das innerhalb weniger Minuten ausgefüllt ist. Das BVL überprüft die Anzeigen auf Vollständigkeit und leitet sie an die zuständigen Lebensmittelüberwachungsbehörden weiter.

### 4.2. RISIKEN UND NEBENWIRKUNGEN: Fehlende Höchstmengen, gefährliche Inhaltsstoffe

Nahrungsergänzungsmittel gelten in der öffentlichen Wahrnehmung oft als harmlos – ganz nach dem Motto: „Schaden wird es schon nicht.“ Doch dieser Eindruck täuscht. Denn anders als vielfach angenommen, sind Nahrungsergänzungsmittel keine harmlosen Wellness-Produkte. Die Risiken reichen von Wechselwirkungen mit Medikamenten über mangelhafte Qualität bis hin zu gesundheitsgefährdenden Inhaltsstoffen.

#### Keine Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe

In Europa sind bestimmte Vitamine und Mineralstoffe für die Verwendung in Nahrungsergänzungsmitteln zugelassen. Diese sind in einer Positivliste in den erweiterten Anhängen der EU-Richtlinie für Nahrungsergänzungsmittel (NEM-RL, 2002/46/EG) aufgeführt. Vitamine und Mineralstoffe, die nicht auf dieser Liste stehen, dürfen nicht zur Herstellung von Nahrungsergänzungsmitteln verwendet werden. Die Europäische Nahrungsergänzungsmittel-Richtlinie

<sup>52</sup> § 1 Verordnung über Nahrungsergänzungsmittel (NemV).

<sup>53</sup> § 2 Abs. 1 Arzneimittelgesetz.

<sup>54</sup> § 21 Abs. 1 Arzneimittelgesetz.

<sup>55</sup> § 5 NemV.



(NEM-RL) sieht in Artikel 5 vor, dass Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe in Nahrungsergänzungsmitteln festgelegt werden. Dies ist von der EU-Kommission umzusetzen. Die NEM-RL wurde im Jahr 2002 verabschiedet. Dennoch hat die EU-Kommission bisher keine Höchstmengen eingeführt. Seit über 20 Jahren können Nahrungsergänzungsmittel-Hersteller ihren Produkten also so viele Vitamine und Mineralstoffe beifügen, wie sie wollen.<sup>56</sup> Das führt in der Praxis dazu, dass viele Produkte auf dem Markt überhöhte Dosierungen enthalten. Eine Analyse von 105 Nahrungsergänzungsmitteln, die zwischen 2021 und 2023 von deutschen Influencer:innen auf Instagram beworben wurden, zeigt: Bei mehr als der Hälfte der Vitaminpräparate (54 Prozent) und über zwei Dritteln der Mineralstoffpräparate (72 Prozent) lag die Dosierung mindestens eines enthaltenen Inhaltsstoffs über den Höchstmengenempfehlungen des BfR. Besonders bedenklich: 7 Prozent der untersuchten Nahrungsergänzungsmittel überschritten die maximale Aufnahmemenge (Upper Intake Level) der EFSA<sup>57</sup>, 4 Prozent kamen nahe an sie heran.<sup>58</sup> Wird diese Grenze überschritten, können gesundheitliche Schäden durch das Supplement nicht mehr ausgeschlossen werden, insbesondere bei langfristiger Einnahme.

56 Zwar existieren Empfehlungen für Höchstmengen:  
- etwa vom Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR): <https://www.bfr.bund.de/cm/343/aktualisierte-hoehstmengenvorschlaege-fuer-vitamine-und-mineralstoffe-in-nahrungsergaenzungsmitteln-und-angereicherten-lebensmitteln-2024.pdf>, zuletzt abgerufen am 12.5.25  
- oder der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA): <https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/2024-05/ui-summary-report.pdf>, zuletzt abgerufen am 12.5.25, doch diese haben keinen verpflichtenden Charakter. Hersteller sind aber an das Lebensmittelrecht gebunden und dürfen nur sichere Produkte in den Verkehr bringen.

57 <https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/2024-05/ui-summary-report.pdf>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

58 Ricke, J.-N., & Seifert, R. (2024). Disinformation on dietary supplements by German influencers on Instagram. Naunyn-Schmiedeberg's Archives of Pharmacology, 398, 5629–5647. <https://doi.org/10.1007/s00210-024-03616-4>.

Hinzu kommt, dass Verbraucher:innen sich auch auf die Angaben auf der Verpackung kaum verlassen können. Denn die tatsächlich enthaltenen Mengen dürfen um bis zu 50 Prozent von dem abweichen, was auf der Verpackung steht.<sup>59</sup>

## Erlaubte Inhaltsstoffe: gefährlicher Wildwuchs

Nahrungsergänzungsmittel enthalten oft nicht nur Vitamine und Mineralstoffe, sondern auch sogenannte "sonstige Stoffe".<sup>60</sup> Hier gibt es keine Positivliste. Stattdessen wird auf mögliche nationale Vorschriften verwiesen. In Deutschland gibt es im Gegensatz zu anderen EU-Ländern jedoch keine spezifischen Regelungen in der entsprechenden NemV. Das bedeutet, dass man – abgesehen von den allgemeinen Sicherheitsvorgaben – zahlreiche Inhaltsstoffe, die keine Vitamine oder Mineralstoffe sind, weitgehend frei zusetzen kann.

Ein bedenkliches Beispiel sind sogenannte Pre-Workout-Booster. Diese Nahrungsergänzungsmittel sollen die sportliche Leistung steigern, sind für Freizeitsportler:innen jedoch nicht nur überflüssig, sondern potenziell gefährlich. Untersuchungen im Rahmen des Bundesweiten Überwachungsplans zeigen: Fast die Hälfte (44,8 Prozent) der analysierten Pre-Workout-Booster enthielt einen oder mehrere gesundheitsgefährdende Stoffe, darunter Dimethylaminoethanol (DMAE) und Synephrin. DMAE kann Muskelverspannungen und Zuckungen, Schlaflosigkeit und Magenschäden verursachen, während Synephrin mit schweren Herzschäden in Verbindung gebracht wird.<sup>61</sup>

59 [https://food.ec.europa.eu/system/files/2021-11/labelling\\_nutrition-vitamins\\_minerals-guidance\\_tolerances\\_1212\\_de.pdf](https://food.ec.europa.eu/system/files/2021-11/labelling_nutrition-vitamins_minerals-guidance_tolerances_1212_de.pdf), zuletzt abgerufen am 12.5.25.

60 § 1 Abs. 1 Nr. 2 NemV.

61 [https://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/01\\_lebensmittel/2021/2021\\_12\\_02\\_PM\\_Sportlernahrung.html](https://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/01_lebensmittel/2021/2021_12_02_PM_Sportlernahrung.html), zuletzt abgerufen am 12.5.25.  
Es ist verboten, Synephrin als Einzelstoff in Nahrungsergänzungsmitteln zu tun. Daher verwenden viele Unternehmen Bitterorangen oder Bitterorangen-Extrakte, welche Synephrin enthalten (Prof. Dr. Rer. Nat. Martin Smollich: Der Nährstoff Kompass, S. 324).

## Beispiel

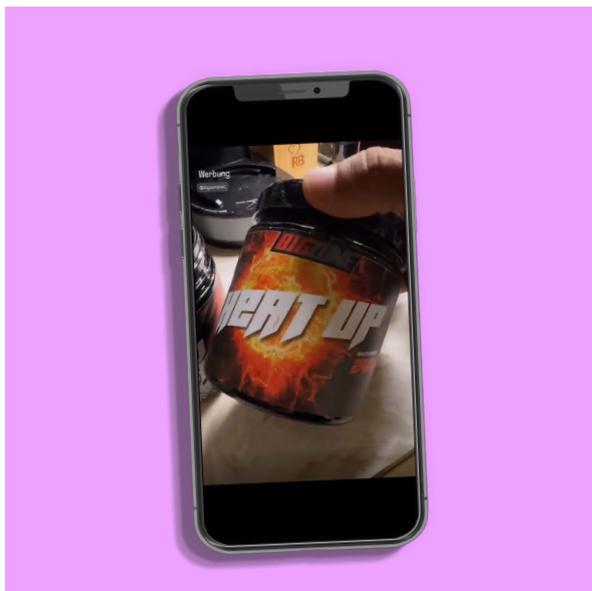
**MICHAEL STEINER**

(iron\_mike69)

für **BigZone**, 10.1.25

Der BigZone Heatup ist ein Pre-Workout-Booster mit Synephrin: Der Personal Trainer und Fitness-Influencer Michael Steiner alias iron\_mike69 bewirbt ihn auf Instagram-Story so:

*"Ist eigentlich ein Fatburner und hat zum Beispiel Synephrin drin"(...) und eben auch andere Stoffe, die dafür sorgen, dass du weniger Hunger hast, bisschen mehr Thermogenese"*



## Kein Schutz vor gefährlichen Stoffen

Laut einer Recherche des öffentlich-rechtlichen Fernsehmagazins Quarks wurde zwischen 2018 und 2021 bei behördlichen Kontrollen von Nahrungsergänzungsmitteln fast jede zweite Probe beanstandet. So kommen Produkte auf den Markt, die entweder zu hoch dosiert sind, falsche Angaben auf dem Etikett enthalten oder sogar illegale Dopingsubstanzen beinhalten.<sup>62</sup> Da Nahrungsergänzungsmittel oft wie

Arzneimittel daherkommen, gehen viele Menschen davon aus, dass sie offiziell geprüft werden, bevor sie auf den Markt kommen. Dies ist jedoch nicht der Fall: So ist es dem Quarks-Team in einem Selbstversuch sogar gelungen, ein giftiges Nahrungsergänzungsmittel auf den Markt zu bringen.<sup>63</sup>

Die mangelnde Qualität und Reinheit vieler Nahrungsergänzungsmittel gibt ebenfalls Anlass zur Sorge. Neben den auf dem Etikett angegebenen Inhaltsstoffen können sich in den Produkten auch unerwünschte oder sogar gesundheitsgefährdende Substanzen verbergen. Im Europäischen Schnellwarnsystem für Lebensmittel (RASFF) wird regelmäßig vor potenziell gefährlichen Nahrungsergänzungsmitteln gewarnt. Die häufigsten Gründe: zu hohe Dosierungen, verbotene Zutaten, Schwermetalle, krebserregende aromatische Kohlenwasserstoffe (PAK) oder krankmachende Keime wie Salmonellen, Noroviren, EHEC oder Listerien.<sup>64</sup> Die Ursachen für solche Belastungen sind vielfältig – sie reichen von Verunreinigungen und mangelnder Qualitätskontrolle bis hin zu bewusst zugesetzten, teilweise sogar illegalen Stoffen.

Auch mögliche Wechselwirkungen mit Arzneimitteln können problematisch sein. Wer ein Medikament verschrieben bekommt, wird in der Regel über mögliche Wechselwirkungen mit anderen Arzneimitteln informiert – schließlich soll die Wirkung des Medikaments nicht beeinträchtigt und unerwünschte Nebenwirkungen vermieden werden. Doch was viele nicht wissen: Auch Nahrungsergänzungsmittel können die Wirkung von Medikamenten beeinflussen. Daher ist bei der Einnahme Vorsicht geboten – denn Nahrungsergänzungsmittel können Wechselwirkungen mit Medikamenten wie Blutgerinnungshemmern, Antibiotika, Blutdruckmitteln oder Antidepressiva haben.<sup>65</sup>

<sup>62</sup> <https://www.quarks.de/gesundheit/sind-nahrungsergaenzungsmittel-gefaehrlich/>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>63</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=s5PBkODCPjg>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>64</sup> <https://www.klartext-nahrungsergaenzung.de/wissen/lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel/schadstoffe-in-nahrungsergaenzungsmitteln-13360>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>65</sup> Aznar-Lou, I., Carbonell-Duacastella, C., Rodriguez, A., Mera, I., & Rubio-Valera, M. (2019). Prevalence of Medication-Dietary Supplement Combined Use and Associated Factors. *Nutrients*, 11(10), 2466. <https://doi.org/10.3390/nu11102466>; <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel/wechsel-und-nebenwirkung-gegenanzeige-was-nahrungsergaenzung-verschweigt-50991>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

Dafür, dass Nahrungsergänzungsmittel häufig zu viel versprechen und teilweise gefährlich sein können, müssen Konsument:innen oft tief in die Tasche greifen.

Beispiele:

■ **Neuroflam Komplex von Sunday Natural:**  
 (58,90 Euro) für 120 Kapseln.

Aber Verzehrsempfehlung: 3 x täglich 2 Kapseln - das heißt die 120 Kapseln reichen nicht einmal einen Monat.<sup>66</sup> Im Jahr ist man hier über **1000,00 Euro** los.

<sup>66</sup> <https://www.sunday.de/neuroflam-komplex-kapseln.html>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

■ **Inner beauty all in one 70+ Nährstoffe von her one -**

hier kostet eine Packung (reicht für 30 Tage) (79,90 Euro).

Im Sparabo bekommt man die Packung für 55,93 Euro im Monat, also **671,16 Euro** im Jahr.<sup>67</sup>

■ **AG1** kostet im Monatsabo (87,00 Euro), also **1.044 Euro** im Jahr.<sup>68</sup>

■ **ESN Designer Whey Protein:**  
 (38,90 Euro) für 30 Portionen.<sup>69</sup>

<sup>67</sup> <https://her.one/products/inner-beauty-all-in-one?pb=0&variant=53804103434508>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>68</sup> [https://drinkag1.com/de-eu/campaign/immunity-gs?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_term=search\\_dach\\_brand\\_offer&utm\\_campaign=ag1\\_paid-search\\_cpc\\_dach\\_brand\\_search\\_offer&utm\\_content=brand\\_search&kb=gasb\\_15902959599\\_135329811554&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwulbBBhBvEiwAsNypvXu7D5wDDrpUT10aD4WWryewv\\_h7-yOdRgKkfaaEn3BVvS7al7ubRoC\\_pMQAvD\\_BwE](https://drinkag1.com/de-eu/campaign/immunity-gs?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=search_dach_brand_offer&utm_campaign=ag1_paid-search_cpc_dach_brand_search_offer&utm_content=brand_search&kb=gasb_15902959599_135329811554&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwulbBBhBvEiwAsNypvXu7D5wDDrpUT10aD4WWryewv_h7-yOdRgKkfaaEn3BVvS7al7ubRoC_pMQAvD_BwE), zuletzt abgerufen am 12.5.25.

<sup>69</sup> <https://www.esn.com/products/esn-designer-whey-protein?srsId=AfmBooow2ozKCBOb4v-XLgAyNbr4o2o3E66xUDvojJx06sNSZySO4le3&variant=47947581948219>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.



## 5. WER KONTROLLIERT DAS?

### 5.1. DIE ÜBERWACHUNGS-BEHÖRDEN – HEILLOS ÜBERFORDERT

Für die Kontrolle von Lebensmitteln und Nahrungsergänzungsmitteln sind die kommunalen Überwachungsbehörden zuständig. Es sind die gleichen Behörden, die auch andere Lebensmittelbetriebe wie zum Beispiel Schlachthöfe auf die Einhaltung der Hygienevorschriften kontrollieren. Sie sind für die Überwachung der meisten lebensmittelrechtlichen Vorgaben zuständig. Etwa, ob die Produkte die angegebenen Inhaltsstoffe enthalten, ob ihre Werbung irreführend ist und ob es sich bei dem entsprechenden Produkt möglicherweise nicht doch um ein Arzneimittel handelt. Das gilt auch für die Einhaltung der Vorgaben im Internet. Die kommunalen Lebensmittelüberwachungsbehörden müssen auch die Social-Media-Kanäle der Unternehmen, sowie der Influencer:innen, die für diese Unternehmen werben, im Blick behalten und überprüfen, ob die dort getroffenen Aussagen gegen die Health Claims

Verordnung verstoßen oder nicht. Das gilt auch für Stories, die bei Instagram nur 24 Stunden öffentlich sind.

Theoretisch. Praktisch können das die Überwachungsbehörden gar nicht leisten. Sie sind schon jetzt chronisch überlastet, klagen über Personalnot und schaffen nicht einmal die vorgeschriebenen Hygienekontrollen in Restaurants und anderen Betrieben in ihren Bezirken.<sup>70</sup>

Die Folge ist, dass das Internet – insbesondere soziale Medien – ein quasi rechtsfreier Raum ist. Unternehmen und beauftragte Influencer:innen können den Menschen meist das Blaue vom Himmel versprechen, ohne dass die Korrektheit der Angaben überprüft wird. foodwatch geht davon aus, dass zumindest manche Hersteller dies gezielt ausnutzen und mögliche Abmahnungen oder Verfahren als Geschäftsrisiko einkalkulieren. Für foodwatch hat es den Anschein, als sei irreführende Werbung kein Versehen, sondern mitunter Teil der Strategie.

---

<sup>70</sup> <https://www.foodwatch.org/de/jede-dritte-vorgeschriebene-lebensmittelkontrolle-in-deutschland-faellt-aus>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

## 5.2. MITBEWERBER UND VERBRAUCHER-VERBÄNDE – EIN TROPFEN AUF DEN HEISSEN STEIN

Das System des Wettbewerbsrechts sieht vor, dass nicht nur staatliche Behörden dessen Einhaltung überwachen. Gegen falsche Gesundheitsversprechen können auch private Akteur:innen vorgehen.<sup>71</sup> Hier kommen zum einen Mitbewerber in Betracht, also z.B. Unternehmen, die ähnliche Produkte verkaufen und durch die falschen oder übertriebenen Versprechen eines Konkurrenten einen Wettbewerbsnachteil erleiden.

Da nicht nur Mitbewerber, sondern auch Verbraucher:innen durch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geschützt werden sollen, können auch sogenannte qualifizierte Verbraucherverbände einschreiten. foodwatch geht regelmäßig gegen irreführende Werbung vor. Dies geschieht in der Regel durch Abmahnungen, die sich auf konkrete Aussagen oder Produkte beziehen. Im Erfolgsfall verpflichtet sich das Unternehmen, die beanstandete Werbung zu unterlassen. Unterzeichnet das Unternehmen keine Unterlassungserklärung, kann foodwatch klagen und

ein Gericht entscheidet über die Zulässigkeit der Werbung. foodwatch ist bereits erfolgreich gegen falsche Versprechen der Marken More Nutrition und Offset Nutrition vorgegangen. Beide Unternehmen wurden zur Unterlassung der beanstandeten Werbung verurteilt.<sup>72</sup> Zum Teil hat das eine abschreckende Wirkung über den konkreten Fall hinaus: More Nutrition scheint seither vorsichtiger zu kommunizieren. foodwatch beobachtet derzeit weniger Verstöße des Unternehmens gegen die Health Claims-Verordnung. Bei anderen Unternehmen der Quality Group verhält es sich jedoch anders, bei der foodwatch-Analyse der Instagram-Stories verstieß Werbung für ESN am häufigsten gegen die HCVO.

Hier offenbart sich das Problem im System: Abmahnungen und Klagen sind zeitaufwändig und kosten Geld. foodwatch kann unmöglich alle Stories und Posts von Nahrungsergänzungsmittelherstellern und Influencer:innen im Blick behalten und schon gar nicht alle Verstöße verfolgen. Ein Gerichtsverfahren dauert viele Monate bis Jahre und kann durch weitere Instanzen in die Länge gezogen werden. Bis ein Urteil gefällt wird, haben die Hersteller ihre Produkte bereits tausendfach verkauft – inklusive der falschen Versprechen.

71 § 8 Abs. 3 UWG.

72 <https://www.foodwatch.org/de/more-nutrition-verliert-vor-gericht-influencer-werbung-fuer-fitness-produkte-unzulaessig>, zuletzt abgerufen am 12.5.25; <https://www.foodwatch.org/de/irrefuehrende-gesundheitsclaims-gericht-verbietet-offset-nutrition-werbung-mit-schoki-die-schlank-macht>, zuletzt abgerufen am 12.5.25.

## 6. GESUNDHEITSSCHWINDEL BEENDEN – VERBRAUCHER:INNEN SCHÜTZEN!

Die Lücken im System schaden den Verbraucher:innen massiv: Sie werden von den Wirkversprechen der Nahrungsergänzungsmittel getäuscht, ihnen wird das Geld aus der Tasche gezogen und im schlechtesten Fall schaden die vermeintlichen Gesundmacher sogar der Gesundheit. Und nicht zuletzt vermittelt die irreführende Werbung Verbraucher:innen ein vollkommen falsches Bild gesunder Ernährung. Um das Problem an der Wurzel zu packen, braucht es tiefgreifende Reformen in mehreren Bereichen.

### **foodwatch fordert daher:**

- Unternehmen, die Nahrungsergänzungsmittel vertreiben, müssen sicherstellen, dass Influencer:innen, die Werbung für ihre Produkte machen jederzeit die Vorgaben der Health-Claims-Verordnung einhalten und keine unzulässigen gesundheitsbezogenen Werbeaussagen machen.

- Die in der Regel kommunal organisierten Kontrollbehörden sind mit der Überwachung von Gesundheitsversprechen in den sozialen Medien überfordert. Die Durchsetzung der Health Claims Verordnung sollte länder- und kommunenübergreifend bundesweit gebündelt werden. Eine ausreichende personelle und finanzielle Ausstattung der Überwachung und ausreichend Kompetenzen, gegen Unternehmen vorzugehen sind dabei unabdingbar.
- Nahrungsergänzungsmittel dürfen nicht unkontrolliert auf den Markt kommen. Es braucht ein **Zulassungsverfahren für Nahrungsergänzungsmittel**, ähnlich wie bei Arzneimitteln.
- Es müssen **Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe** in Nahrungsergänzungsmitteln festgelegt werden.
- Für „sonstige Stoffe“ in Nahrungsergänzungsmitteln muss es eine **rechtsverbindliche Positivliste** geben.



---

foodwatch e. V. • Brunnenstraße 181 • 10119 Berlin • Telefon +49 (0) 30 / 24 04 76 - 0  
Fax +49 (0) 30 / 24 04 76 - 26 • E-Mail [info@foodwatch.org](mailto:info@foodwatch.org) • [www.foodwatch.org](http://www.foodwatch.org)

---