

Werbung – Aufgepasst!

Ehrliche Worte

Die Werbeanzeige aus einer Zeitschrift für Apothekenmitarbeiterinnen¹ bringt es auf den Punkt: „Lifting für den Umsatz“. Es geht um ein Nahrungsergänzungsmittel: Doppelherz® Kollagen Beauty von Queisser Pharma. Unter der Marke Doppelherz® werden derzeit 136 Produkte vertrieben, darunter auch Arzneimittel und Mittel zum Abnehmen. Bei diesem Produkt geht es um eine kosmetische Wirkung. Mitarbeiter in den Apotheken bringen überhöhte Werbeversprechungen in ein Dilemma: gute Beratung oder guter Umsatz.

Attraktive Zielgruppe?

Gut erkannt: Wenn sich erste Falten zeigen, sind Frauen schnell bereit, viel Geld für entsprechende Kosmetika auszugeben.

Lifting für den Umsatz?

Bei einem Preis von fast 50 € pro Monat bilden sich bei Hersteller und Apothekern sicher keine Sorgenfalten.

Nur in der Apotheke?

Kein Qualitätsmerkmal, sondern Verkaufsstrategie.

Doppelherz®system?

Das System besteht offenbar darin, mithilfe eines eingeführten Markennamens ständig neue Produkte auf den Markt zu hieven.

Doppelherz® Kollagen Beauty ist ein Nahrungsergänzungsmittel (Kosten monatlich für 30 Kapsel: UVP 49,90 €). Die enthaltenen Kollagen-Peptide sollen bei regelmäßiger Einnahme Augenfalten reduzieren und die Hautelastizität steigern. Die wissenschaftliche Datenlage ist aber sehr dünn: Die zitierten Studien sind schon wegen geringer Teilnehmerzahl (114 bzw. 69) nur begrenzt aussagekräftig.^{2,3} Und das junge, werbende Model passt kaum zur Altersklasse der Studienteilnehmerinnen – in den Studien waren die Frauen 35 bis 65 Jahre alt. Für die weiteren Inhaltsstoffe Vitamin A + C, Zink, Biotin und Kupfer hält die Europäische Lebensmittel-Aufsichtsbehörde EFSA einen Nutzen für die normale Hautfunktion als wissenschaftlich belegt.⁴ Daher ist es legitim, damit zu werben. Dass man bei normaler Lebensführung diese Stoffe zusätzlich benötigt, ist damit aber nicht gesagt.

1 PTA Forum 21/2017, Beilage zur Pharmazeutischen Zeitung 44/2017

2 Proksch E u.a. (2014) Skin Pharmacol Physiol 27. S. 113

3 Proksch E u.a. (2014) Skin Pharmacol Physiol 27. S. 47

4 zulässige gesundheitsbezogene Angaben, Stand 1/2017 http://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/register/public/?event=register.home