

Werbung – Aufgepasst!

Gut platziert

Werbung wird manchmal höchst unauffällig zwischen Fernsehprogramm, Horoskop und Preisrätsel platziert. Die abgebildete Anzeige für Optovit® aus einem TV-Programmheft ist geschickt gestaltet: Die Aufmachung des Textes unter der Rubrik „Gesundheit“ unterscheidet sich wenig von anderen Beiträgen im Heft, so dass man genau hinschauen muss, um das Wörtchen „Anzeige“ zu entdecken (rechts oben). Der Text liest sich wie ein redaktioneller Beitrag zu den Vorzügen von Vitamin E bei Gelenkschmerzen. Mit der Formulierung „zum Beispiel Optovit“ wird schließlich der Produktname fast beiläufig in den Text eingestreut.



Neue Beweglichkeit?
Ein Nutzen von Vitamin E bei Gelenkproblemen ist nicht belegt.¹

Rein pflanzlich?
Hört sich gut an, ist aber eine nutz- und bedeutungslose Information.

Radikalfänger?
Der gesundheitliche Nutzen von Radikalfängern und Antioxidanzien ist ein Mythos.³

Kleingedrucktes?
Hier zeigt sich erst, dass es sich um Werbung für ein Arzneimittel handelt.

Optovit® enthält hochdosiertes Vitamin E und ist nicht explizit für Gelenksbeschwerden zugelassen. Überzeugende Wirksamkeitsbelege finden wir nicht. Aber das Produkt ist auch sonst unnötig, denn wir nehmen dieses Vitamin mit unserer Nahrung in ausreichender Menge auf. Unabhängige Fachleute urteilen: „Eigentlich müssten Vitamin E-Produkte unverkäuflich sein, da die Existenz relevanter Vitamin E-Mangelkrankheiten beim Menschen nicht nachgewiesen ist.“¹ Und auch die Risiken sind bekannt: Hochdosiertes Vitamin E kann die Sterblichkeit durch Herz-Kreislauf-Erkrankungen erhöhen, besonders für Menschen, die bereits ein erhöhtes Risiko haben (z.B. hoher Blutdruck oder Raucher).¹ Und Männer erkranken häufiger an Prostatakrebs.² 60 Kapseln Optovit® fortissimum (500 i.E.) kosten 24,97 €, 100 Kapseln Optovit® select (1000 i.E.) kosten 64,99 €.

1 arznei-telegramm® (2015) Arzneimittellexikon
2 GPSP 6/2011, S. 14

3 GPSP 1/2009, S. 3
Abbildung: Werbeanzeige aus rtv Nr. 28/2015