

# **BL\_GERICHTE 2006/62 vom 22. November 2006**

BL Gerichte, 2006-11-22, DE

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bl\\_gerichte\\_2006\\_62](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bl_gerichte_2006_62)

FR: BL\_GERICHTE 2006/62 du 22 novembre 2006

IT: BL\_GERICHTE 2006/62 del 22 novembre 2006

## **Regeste**

Lebensmittel mit unzulässigem Anschein eines Heilmittels

## **Erwägungen**

### **E. 2**

Bei den fraglichen Notfallbonbons handelt es sich um Lebensmittel. Strittig ist vorliegend, ob die gesamte Aufmachung der "S.O.S. Notfallbonbons nach Dr. Bach" diesem Lebensmittel den Anschein eines Heilmittels im Sinne von Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV gibt oder allenfalls Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV verletzt ist. Nicht bestritten sind die formellen Mängel in der Deklaration (vgl. auch Beschwerdeschrift S. 3). Die in Frage stehenden Bonbons stellen Lebensmittel im Sinne LMG dar. Angemerkt kann im Übrigen werden, dass aufgrund der nunmehr per 1. Oktober 2006 in Kraft getretenen KPAV die Bachblütenpräparate nicht - wie ursprünglich vorgesehen - unter diese Verordnung fallen und demzufolge auch nicht mehr in dem in dieser Verordnung vorgesehenen Verfahren zugelassen werden können (vereinfachte Zulassung und die Zulassung im Meldeverfahren, vgl. Art. 1 KPAV). 3.1. Gemäss Art. 118 Abs. 2 lit. a BV trifft der Bund im Rahmen seiner Zuständigkeiten Massnahmen zum Schutz der Gesundheit. Er erlässt Vorschriften über den Umgang mit Lebensmitteln sowie mit Heilmitteln, Betäubungsmitteln, Organismen, Chemikalien und Gegenständen, welche die Gesundheit gefährden können. Diese Gesetzgebungskompetenz bestand bereits gemäss alter Bundesverfassung (Art. 69 bis aBV). Demzufolge können auch die Ausführungen in der Rechtsprechung und Literatur zur aBV herangezogen werden. Art. 69 bis bezweckte, die Verbraucher im Verkehr mit Lebensmitteln vor möglichen gesundheitsschädlichen Fälschungen jeglicher Art zu schützen. Zudem sollte der Konsument vor Betrug und Täuschung über den Wert der Ware geschützt werden. Der Verbraucher solle demnach auch vor einer wirtschaftlichen Schädigung bewahrt werden (vgl. Botschaft zur BV, in: BBl 1997 I 332 ff.; vgl. auch Giorgio Malinverni, Kommentar zur Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft, N14 f. zu Art. 69 bis aBV). 3.2. Das LMG bezweckt unter anderem, die Konsumenten im Zusammenhang mit Lebensmitteln vor Täuschungen zu schützen (Art. 1 lit. c LMG). Art. 18 LMG statuiert unter dem Titel "Täuschungsverbot", dass die angepriesene Beschaffenheit sowie alle andern Angaben über das Lebensmittel den Tatsachen entsprechen müssen (Abs. 1). Anpreisung, Aufmachung und Verpackung der Lebensmittel dürfen den Konsumenten nicht täuschen (Abs. 2). Täuschend sind namentlich Angaben und Aufmachungen, die geeignet sind, beim Konsumenten falsche Vorstellungen über Herstellung, Zusammensetzung, Beschaffenheit, Produktionsart, Haltbarkeit, Herkunft, besondere Wirkungen und Wert des Lebensmittels zu wecken (Abs. 3). Die LGV konkretisiert dieses Täuschungsverbot. So hält Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV fest, dass insbesondere verboten sind: "Hinweise irgendwelcher Art, die einem Lebensmittel

Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit oder als Schlankheitsmittel zuschreiben oder die den Eindruck entstehen lassen, dass solche Eigenschaften vorhanden sind; erlaubt sind Hinweise auf die Wirkung von Zusätzen essenzieller oder ernährungsphysiologisch nützlicher Stoffe zu Lebensmitteln aus Gründen der Volksgesundheit (Art. 18)". Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV verbietet "Aufmachungen irgendwelcher Art, die einem Lebensmittel den Anschein eines Heilmittels geben".

Anzumerken ist, dass die LGV per 1. Januar 2006 in Kraft getreten ist und gemäss Anhang 2 Ziffer 1 LGV damit die bis dahin geltende LMV aufgehoben wurde. Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV entspricht wortwörtlich Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV. Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV deckt sich exakt mit Art. 19 Abs. 1 lit. d LMV. Demzufolge muss festgehalten werden, dass die in Art. 10 Abs. 2 lit. d LMV enthaltene Rechtsbestimmung - entgegen den Ausführungen des

Regierungsrates - nicht mit In-Kraft-Treten der LGV per 1. Januar 2006 eingeführt wurde, sondern bereits aufgrund des bis Ende 2005 geltenden Art. 19 Abs. 1 lit. d LMV in Kraft war.

3.3. Bezüglich Täuschungsverbot wird in der Botschaft zum LMG ausgeführt, dass soweit das neue Lebensmittelgesetz Regelungen enthalte, die dem Schutz der Gesundheit und dem Täuschungsschutz dienen würden, es sich an die für Polizeigesetze geltende Grundsätze halte. D.h. es greife nur soweit in die Handels- und Gewerbefreiheit der Produzenten und Verkäufer ein, als dies zum Schutz der Gesundheit und für den Täuschungsschutz im Zusammenhang mit Lebensmitteln, Zusatzstoffen und

Gebrauchgegenständen erforderlich sei (Botschaft des Bundesrats vom 30. Januar 1989 zum Lebensmittelgesetz [Botschaft zum LMG], in: BBl 1989 I 893 ff., S. 895). In diesem Rahmen solle die Beschränkung der Wirtschaftsfreiheit des Einzelnen im öffentlichen Interesse einer freiheitlichen Linie folgen. Nur dort solle ordnend und beschränkend eingegriffen werden, wo überwiegende öffentliche Interessen im Spiel seien. Die

Eigenverantwortung des Einzelnen (Hersteller und Konsument) solle soweit möglich zum Tragen kommen. Das gesetzgeberische Bemühen solle primär auf die Sicherstellung einwandfreier und nicht gesundheitsgefährdender Lebensmittel ausgerichtet sein. Neben dem Gesundheitsschutz sei der Bund aber auch befugt, die Käufer von Lebensmitteln vor Täuschung über die Echtheit und Reinheit der Ware zu schützen (Botschaft zum LMG, a.a.O., S. 913). Für den Begriff der Täuschung, zur Tragweite der Täuschung und insbesondere zur Anforderung an die Aufmerksamkeit der Konsumenten und

Konsumentinnen wird weiter ausgeführt, dass die Täuschung sich heute kaum mehr auf gesundheitliche Risiken durch Lebensmittelsurrogate beziehe, sondern vorwiegend auf die Erwartungen der Konsumenten und Konsumentinnen und die Erzielung eines wirtschaftlichen Vorteils durch die Verwendung billigerer Ware, die

ernährungsphysiologisch nicht unbedingt schlechter sei, als aufgrund der Anpreisung oder Aufmachung erwartet werden dürfte. Die Täuschungsgefahr lasse sich heute weitgehend durch eine verständliche Sachbezeichnung und klare Angabe der Zusammensetzung der Lebensmittel vermeiden, denn es dürfe von den Konsumenten und Konsumentinnen erwartet werden, dass sie die entsprechenden Angaben zur Kenntnis nehmen würden und in der Lage seien, ihren Entscheid danach zu richten (Botschaft zum LMG, a.a.O., S. 932).

3.4. Das Bundesgericht hat sich verschiedentlich mit dem Täuschungsbegriff aus dem Lebensmittelrecht auseinandergesetzt. Täuschend im Sinne des LMG ist eine Bezeichnung nach der bundesgerichtlichen Rechtsprechung dann, wenn sie geeignet ist, beim durchschnittlichen Publikum Verwechslungen herbeizuführen. Dies trifft insbesondere zu, wenn eine unwahre Herkunftsbezeichnung verwendet wird, so zum Beispiel wenn durch die Etikette einer Getränkeflasche tatsachenwidrig der Eindruck erweckt wird, die zur

Herstellung des Getränks verwendeten Früchte stammten aus einer bestimmten Gegend. Verlangt wird dabei nicht, dass nachgewiesenermassen eine gewisse Zahl von Konsumenten und Konsumentinnen getäuscht wurde. Es genügt, wenn die Bezeichnung objektiv geeignet ist, eine Täuschung herbeizuführen (vgl. auch BGE 124 II 398 ff., mit weiteren Hinweisen). Es zeigt sich demnach, dass das Bundesgericht für die Frage des Massstabs hinsichtlich einer Täuschung vom Verständnis eines durchschnittlichen Publikums ausgeht. Der Begriff des durchschnittlichen Publikums ist vom EuGH präzisiert worden. So wird dieser im Bereich des unlauteren Wettbewerbs wie im Markenrecht (Entscheid des EuGH vom 13. Januar 2000, C-220/98) als auch für das Lebensmittelrecht (Entscheid des EuGH vom 4. April 2000, C-465/98 und vom 29. Januar 1999, C-303/97) so definiert, dass auf die mutmassliche Erwartung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abgestellt wird (zum Begriff der Täuschung vgl. KGE VV vom 24. August 2005, 810 04 244, E. 7a - 7d) 3.5. Gemäss Rechtsprechung des Bundesgerichts sollen jedoch Art. 10 Abs. 2 lit. c und d LMV im Übrigen nicht nur den Konsumenten vor einer Täuschung durch eine falsche Werbeaussage schützen, vielmehr würden diese Bestimmungen auch das gesundheitspolizeilich motivierte heilmittelspezifische Werbeverbot enthalten. Demnach dürfe die Etikettierung bzw. Werbung nicht, "vorbehaltlich der Vorschriften über Lebensmittel, die für eine besondere Ernährung bestimmt sind, einem Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Erkrankung zuschreiben oder den Eindruck dieser Eigenschaft entstehen lassen" (vgl. BGE 127 II 100 E. 3.b/bb, wo es um die so genannte "Kuh-Lovely-Werbung" ging). Das Bundesgericht nimmt dabei Bezug auf die "Richtlinie 1979/112/EWG des Rates vom 18. Dezember 1978 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von für den Endverbraucher bestimmten Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür" und kommt zum Schluss, dass Art. 19 Abs. 1 lit. c und d LMV auch das gesundheitspolizeilich motivierte heilmittelspezifische Werbeverbot enthalte, auch wenn die Strukturierung und Stossrichtung der verschiedenen Werbeverbote im schweizerischen Recht weniger klar erscheinen würden als in Art. 2 der EU-Richtlinie (vgl. BGE 127 II 99 f. E. 3b/bb). 3.6. Zum Begriff "Krankheit" erklärt das Bundesgericht, dass dieser bei Anpreisungen und im Zusammenhang mit Werbebotschaften nicht allzu einschränkend auszulegen ist, indem darunter gesundheitliche Störungen zu verstehen sind, die über einen Zustand bloss eingeschränkten Wohlbefindens hinausgehen (Urteil des Bundesgerichts X. AG vom 30. Juni 2005, 2A.743/2004, E. 3.2: das Bundesgericht hatte sich hier mit Produkten gegen Pickel und Hautunreinheiten zu befassen; vom 13. Mai 2004, 2A.374/2003, E. 3.3: hier ging es vor allem um ein Mittel mit der Anpreisung "hilft gegen Heisshunger auf Süsses"; vom 19. Juni 2002, 2A.62/2002: dort waren die Anpreisungen von Badezusätzen "wohltuend bei Erkältungsgefahr" bzw. "wohltuend auch bei Muskelkater" umstritten). 3.7. Die Rechtsprechung des Bundesgerichts befasst sich mehrheitlich und eingehender mit Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV (= Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV), welcher Hinweise irgendwelcher Art verbietet, die einem Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit oder als Schlankheitsmittel zuschreiben oder die den Eindruck entstehen lassen, dass solche Eigenschaften vorhanden sind. Damit ist auch der Begriff der Krankheit zentral. Das Bundesgericht hatte sich bisher hingegen weniger mit Art. 10 Abs. 2 lit. d LMV zu befassen, gemäss welchem Aufmachungen irgendwelcher Art verboten sind, die einem Lebensmittel den Anschein eines Heilmittels geben. Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV setzt nicht voraus, dass das angepriesene Mittel eine explizit erwähnte Krankheit behandle oder heile

oder dieser vorbeuge. Es genügt, wenn die Aufmachung dem Lebensmittel den Anschein eines Heilmittels gibt. Gerade darin besteht ein wesentlicher Unterschied zwischen lit. d und c des Art. 10 Abs. 2 LGV. So hat das Bundesgericht in einem Fall die Verletzung des Art. 19 Abs. 1 lit. d LMV (= Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV) bejaht, die Frage, ob auch eine Missachtung des Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV (= Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV) vorliege, hingegen offen gelassen. So führte das Bundesgericht in seiner Entscheidung vom 13. Mai 2004 (2A.374/2003, E. 3.2) zu Art. 19 Abs. 1 lit. d LMV (= Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV) Folgendes aus: "3.2 Das Verwaltungsgericht hat sodann zu Recht den Standpunkt der kantonalen Gesundheitsdirektion geschützt, wonach die beanstandete Werbung für das Präparat B. \_\_\_\_\_ diesem unzulässigerweise den Anschein eines Heilmittels gebe (Art. 19 Abs. 1 lit. d LMV). Heilmittel sind Arzneimittel und Medizinprodukte, also Produkte, die zur medizinischen Einwirkung auf den menschlichen oder tierischen Organismus bzw. zur medizinischen Verwendung bestimmt sind oder angepriesen werden (vgl. Art. 2 Abs. 1 lit. a in Verbindung mit Art. 4 Abs. 1 lit. a und b des Bundesgesetzes vom 15. Dezember 2000 über Arzneimittel und Medizinprodukte [Heilmittelgesetz, HMG; SR 812.21]). Die gesamte Aufmachung der vorliegend beanstandeten Werbung vermittelt den Eindruck, das Produkt wirke wie ein Medikament (vgl. etwa den Text "Wenn (...) der dauernde Heisshunger auf Süßes überhand nimmt, muss die Notbremse gezogen werden, denn zu viel Süßes kann den Blutzuckerspiegel beeinflussen", in Verbindung mit dem beigefügten "Gutschein: Ja, ich möchte gerne meinen Heisshunger auf Süßes stillen, bitte senden Sie mir die kostenlose B. \_\_\_\_\_ Broschüre"). Eine Täuschung des Konsumenten wird damit zumindest in Kauf genommen, indem suggeriert wird, das beworbene Produkt wirke wie ein Arzneimittel zur Regulierung des Blutzuckerspiegels. 3.3 Ob die vom Kantonalen Labor Zürich beanstandeten Anpreisungen auch eine Täuschung im Sinne von Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV darstellen, weil sie Hinweise enthalten, die einem Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung "einer menschlichen Krankheit" zuschreiben, kann unter diesen Umständen offen bleiben. ..." 3.8. An dieser Stelle kann somit zusammenfassend festgehalten werden, dass Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV (= Art. 19 Abs. 1 lit. d LMV) nicht verlangt, dass die Anpreisung Hinweise enthält, die einem Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuschreiben. Es genügt, wenn die Aufmachung suggeriert, das angebotene Produkt wirke wie ein Arzneimittel. Des Weiteren wird für die Frage des Massstabs hinsichtlich einer Täuschung vom Verständnis eines durchschnittlichen Publikums ausgegangen. Der Begriff des durchschnittlichen Publikums wird so definiert, dass auf die mutmassliche Erwartung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abgestellt wird. 4.1. Die fraglichen Bonbons tragen den Namen "S.O.S. Notfallbonbons nach Dr. Bach". Ein Notfall wird als Eintreten einer Notwendigkeit, Gefahr oder Ausnahmesituation oder Zwangslage umschrieben (Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 7. Auflage, München 2002, S. 929). Ein medizinischer Notfall wird folgendermassen definiert: "akuter, lebensbedrohlicher Zustand durch Störung der Vitalfunktionen oder Gefahr plötzlich eintretender, irreversibler Organschädigung infolge Trauma, akuter Erkrankung oder Vergiftung" (Pschyrembel, Klinisches Wörterbuch, 260. Auflage, Berlin/New York 2004, S. 1293). Das Zeichen S.O.S. war der in Morsezeichen ausgesandte Hilferuf von Schiffen in Notlage und gilt allgemein als Hilferuf in höchster Not (Wahrig, a.a.O., S. 1170, siehe SOS und SOS-Ruf). 4.2. Das fragliche Produkt wird grundsätzlich in Drogerien oder Apotheken verkauft und ist einzunehmen. Demzufolge ist davon auszugehen, dass das angepriesene Produkt bei einem Notfall gesundheitlichen

Ursprungs und nicht bei einem Notfall andersartigen Ursprungs wie z.B. finanziellen oder geschäftlichen anzuwenden ist. Aus diesem Grund rechtfertigt es sich auch, die Definition des medizinischen Notfalles zu berücksichtigen. Wie soeben dargelegt, liegt ein medizinischer Notfall bei einem akuten, lebensbedrohlichen Zustand durch Störung der Vitalfunktionen oder Gefahr plötzlicher eintretender, irreversibler Organschädigung vor. Das Zeichen S.O.S. weist wiederum auf eine Notlage hin. Der Zusatz "nach Dr. Bach" schafft wiederum die Verbindung zum medizinischen Bereich. Es ist allgemein bekannt, dass es sich bei Dr. Bach um eine Person handelte, welche im medizinischen Bereich tätig war, ausserdem wird er mit der Begründung bzw. Entwicklung der Bachblütentherapie in Verbindung gebracht. Die Bach-Blütentherapie basiert auf der Hypothese, dass jeder körperlichen Krankheit eine seelische Gleichgewichtsstörung vorausgeht und dass die Harmonisierung von Gefühlen und Gedanken eine Heilung bewirken könne ([www.de.wikipedia.org](http://www.de.wikipedia.org)). Im Internet ist im Zusammenhang z.B. mit den Bircher Blütenprodukte zu lesen, dass sich Bachblüten eignen bei jedem körperlichen oder seelischen Unwohlsein, genauso wie bei Ängsten, Unsicherheiten, Schulschwierigkeiten bei Kindern, Aggressivität, Konzentrationsproblemen, Schwierigkeiten im sozialen Umgang, Einsamkeitsgefühlen, Mutlosigkeit, Verzweiflung, Einschlafproblemen, Essproblemen, Eifersucht und Neid, Schwierigkeiten, etwas durchzuziehen, depressiven Verstimmungen, ständiger Müdigkeit und Erschöpfung, aber auch Rheuma, Kopf- und Bauchschmerzen, usw. Als Anwendungsbereiche z.B. der S.O.S. Notfalltropfen werden genannt: "alle Schockzustände, Verbrennungen, frische Wunden, vor Prüfungen, wenn man Angst hat, vor Verwandtenbesuchen, vor unangenehmen Telefonaten, vor allem, was einem nicht so wohl ist, und im nachhinein, bei allem, was einem Kummer und Sorgen bereiten würde" ([www.bluetenprodukte.ch](http://www.bluetenprodukte.ch)).

5.1. Die Beschwerdeführerin begründet ihre Beschwerde im Wesentlichen mit dem Argument, dass die fragliche Bezeichnung weder Bezug auf bestimmte Krankheiten, Krankheitsbilder oder -erscheinungen nehme, noch den Konsumentinnen und Konsumenten eine krankheitsheilende, -lindernde oder -vorbeugende Wirkung verspreche (Beschwerdeschrift S. 9 bis 12). Dies werde auch vom Regierungsrat festgehalten. In der Rechtsschrift (S. 9 bis 12) erörtert die Beschwerdeführerin die Rechtsprechung zu Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV bzw. Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV. Diesbezüglich kann festgehalten werden, dass auch das Kantonsgericht, wie die Beschwerdeführerin und die Vorinstanz, die Auffassung vertritt, dass die fragliche Bezeichnung keinen Bezug auf eine Krankheit im Sinne von Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV nimmt. Demzufolge bejaht das Kantonsgericht auch nicht die Verletzung dieser Norm.

5.2. Das Kantonsgericht erblickt - wie der Regierungsrat - vorliegendenfalls die Rechtswidrigkeit allenfalls in der Verletzung des Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV und nicht des Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV. Aus dem Umstand, dass der Regierungsrat hierbei davon ausgegangen ist, diese Bestimmung habe vor dem 1. Januar 2006 nicht existiert, kann die Beschwerdeführerin nichts für sich ableiten. Der Regierungsrat hat in der Erwägung 3c/bb zwar ausgeführt, dass es "tatsächlich zweifelhaft sei, ob die Aufmachung des hier zu beurteilenden Produktes täuschenden Charakter hat". Wie die im Regierungsratsbeschluss dieser Äusserung folgenden Ausführungen zeigen, nahm diese Äusserung eindeutig Bezug auf Art. 10 Abs. 2 lit. c LGV. Zudem befasste sich die vorgängig vom Regierungsrat erwähnte Rechtssprechung mit Art. 10 Abs. 2 lit. c und nicht mit Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV (bzw. mit Art. 19 Abs. 1 lit. c und nicht mit Art. 19 Abs. 1 lit. d LMV). Der Auffassung der Beschwerdeführerin, dass durch die fälschliche Annahme des Regierungsrats, die Rechtslage habe sich per 1. Januar 2006 geändert, die Argumentation des Regierungsrates in sich zusammenfalle, kann demnach nicht gefolgt

werden. 5.3. Die Beschwerdeführerin erklärt weiter, dass der Hinweis "nach Dr. Bach" schliesslich darauf hinweise, dass es sich bei den S.O.S. Notfallbonbons nach Dr. Bach nicht um ein eigentliches Bachblütenpräparat handle, "sondern um ein Produkt, das einen bestimmten Anteil an Bach-Rescue-Zubereitung enthält". Dies werde mit dem Zusatz "nach" unmissverständlich ausgedrückt. Damit sei die Komponente "nach Dr. Bach" nicht täuschend. Dieser von der Beschwerdeführerin aufgezeigten Differenzierung kann nicht gefolgt werden, denn es ist nicht einzusehen, weshalb das Wort "nach" darauf Hinweisen solle, dass es sich nicht um ein eigentliches Bachblütenpräparat handeln solle. Vielmehr wird das durchschnittliche Publikum daraus schliessen, dass das Präparat nach den Grundsätzen von Dr. Bach hergestellt bzw. konzipiert wurde. 5.4. Die Beschwerdeführerin erörtert weiter, dass auch Kosmetika und Nahrungsmittel den Zusatz "Dr. ..." enthalten würden. Bei diesen Produkten gehe das Publikum nicht davon aus, die Bezeichnung "Dr. ..." habe eine medizinische Bedeutung. Der medizinische Bezug wird nicht durch die Bezeichnung "Dr. ..." hergestellt, sondern durch die Bezeichnung "Dr. Bach", der in Verbindung mit den Bachblüten und der Bachblüentherapie gebracht wird. 5.5. Die Beschwerdeführerin führt weiter aus, dass auch an Lebensmitteln unter Umständen eine Gebrauchsanweisung anzubringen ist und Nahrungsergänzungsmittel praktisch immer eine Gebrauchsanweisung enthalten würden. Das Vorhandensein der Gebrauchsanweisung sei damit keineswegs arzneimitteltypisch und die Feststellung der Vorinstanz, nur Arzneimittel würden mit derartigen Gebrauchsanweisungen versehen sein, treffe nicht zu. Unbestrittenermassen wird vielen Produkten eine Gebrauchsanweisung beigelegt, der Dosierungshinweis bei den Notfallbonbons "bei Bedarf 1 - 2 Bonbons pro Stunde" suggeriert jedoch im Zusammenhang mit dem Namen zweifelsohne, dass es sich beim Produkt um ein Heilmittel handelt.

## **E. 6**

Das Kantonsgericht kommt zum Schluss, dass durch die Bezeichnung "S.O.S. Notfallbonbons nach Dr. Bach" eine Täuschung des Konsumenten in Kauf genommen wird, indem suggeriert wird, dass das Produkt bei medizinischen Notfällen und damit wie ein Arzneimittel wirke. Dies wird zusätzlich verstärkt durch die Gebrauchsanweisung "Bei Bedarf 1 - 2 Bonbons pro Stunde". Dass auf der Metallbüchse der Notfallbonbons kein expliziter Anwendungsbereich genannt wird und die Aufschrift keine Hinweise enthält, die den Notfallbonbons Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer Krankheit zuschreiben oder die den Eindruck entstehen lassen, dass solche Eigenschaften vorhanden sind, vermag daran nichts zu ändern. Damit gibt die Bezeichnung "S.O.S. Notfallbonbons nach Dr. Bach" dem Lebensmittel den Anschein eines Heilmittels, womit diese Bezeichnung gemäss Art. 10 Abs. 2 lit. d LGV rechtswidrig ist. Die Beschwerde ist somit abzuweisen. KGE VV vom 22. November 2006 i.S. T. AG (810 06 264)/DIE Gegen diesen Entscheid hat die Beschwerdeführerin am 7. Februar 2007 Verwaltungsgerichtsbeschwerde beim Schweizerischen Bundesgericht erhoben. [Back to Top](#)

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.