

ZH_VERWALTUNGSGERICHT VB.2004.00123 vom 19. Mai 2004

ZH Verwaltungsgericht, 2004-05-19, DE

Quelle: https://mcp.opencaselow.ch/entscheid/zh_verwaltungsgericht__VB.2004.00123

FR: ZH_VERWALTUNGSGERICHT VB.2004.00123 du 19 mai 2004

IT: ZH_VERWALTUNGSGERICHT VB.2004.00123 del 19 maggio 2004

Regeste

Heilanzeigen | Werbung für ein Vitaminpräparat Werbung in Form einer Broschüre für ein Vitaminpräparat; Beschreibung der Werbeunterlagen (E. 2.1). Das Produkt ist eine Nahrungsergänzung und damit im Sinn der Lebensmittelgesetzgebung ein (Spezial-)Lebensmittel; Begriffsbeschreibungen (E. 2.2). Das Produkt ist in ca. 20 verschiedenen Zusammenstellungen erhältlich, die den Kunden je nach ihren Bedürfnissen (ermittelt über einen Fragebogen) abgegeben werden. Soweit diese Zusammenstellungen die vorgeschriebenen Vitamindosen nicht enthalten, gelten sie nicht als Nahrungsergänzung (E. 2.3). Täuschungsverbot gemäss Lebensmittelgesetzgebung; Abgrenzung der Lebensmittel von den Heilmitteln. Bei Speziallebensmitteln sind nur Hinweise auf allgemeine gesundheitsfördernde Wirkungen zulässig (E. 2.4-2.6). Begriff des Vitamins (E. 2.7). Die Werbung suggeriert zu Unrecht zum einen eine jeweils völlig individuelle Zusammensetzung des Produkts und zum andern dessen Notwendigkeit auch für den Fall einer ausgewogenen Ernährung mit genügend Vitaminen (E. 3.1 f.). Ausserdem ist der Fragebogen (als Grundlage für die individuelle Zusammenstellung des Produkts) zu pauschal abgefasst (E. 3.3). Die Werbung erweckt den Eindruck, eine mangelhafte Vitaminversorgung habe bestimmte Krankheiten zur Folge und das Produkt verhindere diese. Dem Produkt wird so eine therapeutische Wirkung als Heilmittel zugeschrieben. Die Werbung erweist sich so als krankheitsbezogen und nicht als gesundheitsbezogen (E. 4.2). Die Beurteilung durch die Vorinstanz stellt keine Ermessensunterschreitung dar (E. 4.3.1). Die Anpreisung bezieht sich zu Unrecht direkt auf das Produkt und nicht lediglich auf den enthaltenen Nährstoff (E. 4.3.2 f.). Für die Beurteilung der Werbung ist nicht massgeblich, wie das Produkt angepriesen wird, sondern welche Erwartungen es beim Publikum erweckt (E. 4.3.4). Keine Verletzung der Wirtschaftsfreiheit (E. 4.4). Abweisung.

Erwägungen

E. 3

Abteilung/3. Kammer Weiterzug: Dieser Entscheid ist rechtskräftig. Rechtsgebiet: Gesundheitswesen Betreff: Heilanzeigen Werbung für ein Vitaminpräparat Werbung in Form einer Broschüre für ein Vitaminpräparat; Beschreibung der Werbeunterlagen (E. 2.1). Das Produkt ist eine Nahrungsergänzung und damit im Sinn der Lebensmittelgesetzgebung ein (Spezial-)Lebensmittel; Begriffsbeschreibungen (E. 2.2). Das Produkt ist in ca. 20 verschiedenen Zusammenstellungen erhältlich, die den Kunden je nach ihren Bedürfnissen (ermittelt über einen Fragebogen) abgegeben werden. Soweit diese Zusammenstellungen die vorgeschriebenen Vitamindosen nicht enthalten, gelten sie nicht als Nahrungsergänzung (E. 2.3). Täuschungsverbot gemäss Lebensmittelgesetzgebung; Abgrenzung der Lebensmittel von den Heilmitteln. Bei Speziallebensmitteln sind nur Hinweise auf

allgemeine gesundheitsfördernde Wirkungen zulässig (E. 2.4-2.6). Begriff des Vitamins (E. 2.7). Die Werbung suggeriert zu Unrecht zum einen eine jeweils völlig individuelle Zusammensetzung des Produkts und zum andern dessen Notwendigkeit auch für den Fall einer ausgewogenen Ernährung mit genügend Vitaminen (E. 3.1 f.). Ausserdem ist der Fragebogen (als Grundlage für die individuelle Zusammenstellung des Produkts) zu pauschal abgefasst (E. 3.3). Die Werbung erweckt den Eindruck, eine mangelhafte Vitaminversorgung habe bestimmte Krankheiten zur Folge und das Produkt verhindere diese. Dem Produkt wird so eine therapeutische Wirkung als Heilmittel zugeschrieben. Die Werbung erweist sich so als krankheitsbezogen und nicht als gesundheitsbezogen (E. 4.2). Die Beurteilung durch die Vorinstanz stellt keine Ermessensunterschreitung dar (E. 4.3.1). Die Anpreisung bezieht sich zu Unrecht direkt auf das Produkt und nicht lediglich auf den enthaltenen Nährstoff (E. 4.3.2 f.). Für die Beurteilung der Werbung ist nicht massgeblich, wie das Produkt angepriesen wird, sondern welche Erwartungen es beim Publikum erweckt (E. 4.3.4). Keine Verletzung der Wirtschaftsfreiheit (E. 4.4). Abweisung.

Stichworte: ANPREISUNG ARZNEIMITTEL HEILANPREISUNG HEILMITTEL LEBENSMITTEL MEDIKAMENTE NAHRUNGSERGÄNZUNG SPEZIALLEBENSMITTEL TÄUSCHUNGSVERBOT ÜBRIGES FÜRSORGE UND GESUNDHEIT VITAMIN WERBUNG Rechtsnormen: Art. 3 LMG Art. 18 LMG Art. 19 LMV Art. 165 LMV Art. 184b LMV Publikationen: - keine - Gewichtung: (1 von hoher / 5 von geringer Bedeutung) Gewichtung: 3 I. Das kantonale Labor des Kantons X überwies am 13. März 2003 dem Kantonalen Labor Zürich als zuständiger Instanz eine Werbeproschüre von A AG mit Sitz in Zürich betreffend das Produkt "C", die nach Ansicht des Kantonschemikers gegen Bestimmungen der Lebensmittelverordnung vom 1. März 1995 (LMV) versties. "C" ist eine so genannte Nahrungsergänzung, zusammengesetzt aus verschiedenen Vitaminen. Am 17. März 2003 gab das Kantonale Labor Zürich A AG von der Beanstandung Protokoll Nr. 01 Kenntnis unter Hinweis darauf, dass für Lebensmittel (wofür die Nahrungsergänzung gehört) Hinweise irgendwelcher Art, die ihnen Eigenschaften der Vorbeugung, Heilung oder Linderung einer menschlichen Krankheit zuschreiben, nicht zulässig seien, und räumte ihr die Gelegenheit zur Stellungnahme ein. In der Eingabe vom 14. April 2003 bestritt A AG, dass die Bewerbung des Produkts "C" gegen gesetzliche Bestimmungen verstosse. Eine präziserte Beanstandung der Werbung für "C" durch das Kantonale Labor erwiderte A AG wiederum damit, dass sämtliche gesetzlichen Anforderungen erfüllt würden. In der Folge erliess das Kantonale Labor am 22. Mai 2003 eine Verfügung, wonach das Werbematerial Protokoll Nr. 01 ab sofort nicht mehr abgegeben und versandt werden dürfe, wogegen A AG am 27. Mai 2003 Einsprache erhob. Das Kantonale Labor Zürich wies die Einsprache am 25. Juli 2003 ab und entzog einem allfälligen Rekurs die aufschiebende Wirkung. II. Dagegen liess A AG am 6. August 2003 bei der Gesundheitsdirektion des Kantons Zürich Rekurs einlegen und im Hauptantrag verlangen, es sei die Verfügung vom 25. Juli 2003 aufzuheben und dem Rekurs die aufschiebende Wirkung zu erteilen. Das Kantonale Labor Zürich hielt an seinem Standpunkt fest und wandte sich sinngemäss gegen die Wiedererteilung der aufschiebenden Wirkung. Mit Verfügung vom 21. August 2003 stellte die Gesundheitsdirektion die mit Verfügung vom 25. Juli 2003 entzogene aufschiebende Wirkung wieder her. Mit Verfügung vom 10. Februar 2004 wies die Gesundheitsdirektion den Rekurs ab und ordnete an, dass der Vertrieb der entsprechenden Werbeträger per sofort zu unterlassen sei. III. Dagegen liess A AG am 12. März 2004 beim Verwaltungsgericht des Kantons Zürich Beschwerde einlegen und beantragen, es sei die Verfügung der Gesundheitsdirektion vom 10. Februar

2004 aufzuheben. In der Beschwerdeantwort vom 6. April 2004 beantragte das Kantonale Labor Zürich die Abweisung der Beschwerde. Denselben Antrag stellte die Gesundheitsdirektion in der Vernehmlassung vom 7. April 2004 unter Hinweis auf die Ausführungen im angefochtenen Entscheid und die Akten. Die Kammer zieht in Erwägung:

1. 1.1 Das Verwaltungsgericht ist nach § 19b Abs. 1 und § 41 des Verwaltungsrechtspflegegesetzes vom 24. Mai 1959 (VRG) für die Beurteilung der vorliegenden Beschwerde zuständig. Da auch die übrigen Voraussetzungen erfüllt sind, ist auf das Rechtsmittel einzutreten. 1.2 Die Beschwerdeführerin führt die Gesundheitsdirektion (Rekursinstanz) als Beschwerdegegnerin auf. Beschwerdegegner ist jedoch das Kantonale Labor Zürich als erstinstanzlich verfügende Behörde und nicht die Gesundheitsdirektion. Soweit nachfolgend vom Beschwerdegegner die Rede ist, ist damit das Kantonale Labor Zürich gemeint. 2. 2.1 Die beanstandete Werbung besteht in einer Art Broschüre, überschrieben mit "Persönliches Dossier für Ihre Gesundheit". Es handelt sich dabei um ein "limitiertes Sonderprogramm für ausgewählte Kunden", die mit Namen angesprochen werden. Gemäss der Broschüre kann ein Sofort-Bonus von Fr. 75'000.- und ein Exklusiv-Gewinn von Fr. 30'000.- in Form eines Automobils erlangt werden, sofern die entsprechenden Gewinn-Etiketten an die richtige Stelle geklebt werden. Zudem wird dem namentlich angesprochenen Kunden (hier: Herr D) ein faszinierendes Geschenk dafür in Aussicht gestellt, dass er Interesse an seinem persönlichen "C" zeigt, wobei einmal mehr betont wird, dass dieses "absolut neue" Angebot nur wenigen ausgewählten Kunden zugute komme. Wer die entsprechende Geschenk-Etikette ins richtige Feld klebt und einen Fragebogen ausfüllt, kommt in den Genuss dieser Nahrungsergänzung für Fr. 69.- (60 Kapseln) nebst Versandkostenanteil. 2.2 "C" wird demnach unbestrittenermassen als Nahrungsergänzung angepriesen, die nur Vitamine enthält. Nahrungsergänzungen im Sinn von Art. 184b LMV enthalten Vitamine oder Mineralstoffe in konzentrierter Form, werden in Form von Kapseln, Tabletten, Flüssigkeiten oder Pulvern angeboten und dienen der Ergänzung der Nahrung mit diesen Stoffen. Sie dürfen nur die in Anhang 14 LMV aufgeführten Vitamine und Mineralstoffe enthalten. In der empfohlenen Tagesration müssen mindestens 30 % der für Erwachsene empfohlenen Tagesdosis enthalten sein (...). Die empfohlene Tagesration muss auf der Verpackung oder Etikette enthalten sein. Die empfohlene Tagesration liegt bei einer Kapsel "C" pro Tag. "C" ist als Nahrungsergänzung ein Speziallebensmittel im Sinn von Art. 165 Abs. 1 lit. a und b LMV; solche können unter anderem dazu beitragen, bestimmte ernährungsphysiologische Wirkungen zu erzielen. Als Speziallebensmittel zählt "C" zu den Lebensmitteln im Sinn von Art. 3 des Lebensmittelgesetzes vom 9. Oktober 1992 (LMG). Lebensmittel sind Nahrungs- und Genussmittel und Erzeugnisse, die dem Aufbau oder dem Unterhalt des menschlichen Körpers dienen, und nicht als Heilmittel angepriesen werden (Art. 3 Abs. 1 und 2 LMG). Demgegenüber gelten als Arzneimittel Produkte chemischen oder biologischen Ursprungs, die zur medizinischen Einwirkung auf den menschlichen oder tierischen Organismus bestimmt sind oder angepriesen werden, insbesondere zur Erkennung, Verhütung oder Behandlung von Krankheiten und Behinderungen (Art. 4 Abs. 1 lit. a des Heilmittelgesetzes vom 15. Dezember 2000 [HMG], in Kraft seit 1. Januar 2002; Botschaft des Bundesrats vom 1. März 1999 zum Heilmittelgesetz, BBl 1999, 3453 ff., 3488). 2.3 "C" besteht nach Angaben der Beschwerdeführerin in rund 20 verschiedenen Zusammenstellungen, die dem Grossteil der Lebens- und Ernährungsgewohnheiten ihrer Kunden entsprechen sollen. Das Produkt wird so vertrieben, dass dem Kunden zunächst ein Fragebogen zugesandt wird, um dessen Lebens- und Ernährungsgewohnheiten abzufragen.

Aufgrund dieser Informationen wird für den Kunden ein Vitaminpräparat zusammengestellt, welches individuell – innerhalb der rund 20 verschiedenen Zusammensetzungen – auf dessen Bedürfnisse abgestimmt ist. Eine einheitliche Zusammenstellung von "C" liegt demnach nicht vor. Aus den verschiedenen Einzelrezepturen geht hervor, dass "C" einzig Vitamine enthält, die alle in Anhang 14 LMV (der mit Anhang 1 der Nährwertverordnung des EDI vom 26. Juni 1995 übereinstimmt) aufgeführt sind. Insofern entspricht das Produkt einer Nahrungsergänzung. Hingegen ergeben sich verschiedentlich Abweichungen beim Gehalt an Biotin und Vitamin D, indem die Tagesration (eine Kapsel) die für Erwachsene empfohlene Tagesdosis von mindestens 30 % nicht erreicht (Tagesdosis [100 %] Biotin gemäss Anhang 14 LMV: 150 µg, 30 % = 45 µg; Tagesdosis Vitamin D: 5 µg, 30 % = 1,5 µg). So enthalten verschiedene Rezepturen bloss 30 µg Biotin (20 % der Tagesdosis) und 1,25 µg Vitamin D (25 % der Tagesdosis) und entsprechen damit den Anforderungen an eine Nahrungsergänzung nach Art. 184b Abs. 3 LMV nicht. Entsprechend dürfen sie nicht als Nahrungsergänzung bezeichnet werden. Soweit sich die Bewerbung demnach auf Varianten von "C" bezieht, die nach diesen Rezepturen hergestellt werden und nicht als Nahrungsergänzung gelten, ist die Beschwerde von vornherein unbegründet. Die Einwendungen der Beschwerdeführerin sind dagegen näher zu prüfen mit Bezug auf diejenigen Varianten von "C", die den Anforderungen der LMV bezüglich Tagesdosis entsprechen. 2.4 Nach Art. 18 Abs. 1 bis 3 LMG müssen die angepriesene Beschaffenheit sowie alle anderen Angaben über das Lebensmittel den Tatsachen entsprechen. Anpreisung, Aufmachung und Verpackung der Lebensmittel dürfen den Konsumenten nicht täuschen. Täuschend sind namentlich Angaben und Aufmachungen, die geeignet sind, bei Konsumenten falsche Vorstellungen über Herstellung, Zusammensetzung, Beschaffenheit, Produktionsart, Haltbarkeit, Herkunft, besondere Wirkungen und Wert des Lebensmittels zu wecken. Gemäss der Botschaft des Bundesrats vom 30. Januar 1989 zum Lebensmittelgesetz ist dabei die berechnete Erwartung des Konsumenten der Massstab, wobei nicht jede subjektive oder ausgefallene Erwartung in Betracht fällt, sondern nur die berechnete, das heisst jene, die unter Berücksichtigung der in Betracht fallenden Umstände und verständlicher Begründungen vernünftigerweise angenommen werden darf (BB1 1989 I 932). Zwar fand diese Formulierung nicht – wie im damaligen Art. 17 Abs. 1 des Gesetzesentwurfs vorgesehen – Eingang in den Gesetzestext. Diese Umschreibung deckt sich aber inhaltlich etwa mit derjenigen in der Beschwerdeschrift erwähnten, wonach auf die mutmassliche Erwartung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abzustellen sei. 2.5 Art. 19 Abs. 1 LMV konkretisiert Art. 18 LMG dahingehend, dass für Lebensmittel verwendete Bezeichnungen, Angaben, Abbildungen, Packungen und Packungsaufschriften sowie Arten der Aufmachung den Tatsachen entsprechen müssen und nicht zur Täuschung über Natur, Herkunft, Herstellung, Zusammensetzung, Produktionsart, Inhalt, Haltbarkeit usw. der betreffenden Lebensmittel Anlass geben dürfen. Insbesondere sind (im vorliegenden Zusammenhang) verboten: 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 (lit. c); verboten sind auch Aufmachungen irgendwelcher Art, die einem Lebensmittel den Anschein eines Heilmittels geben (lit. d). Die Grenzen der dem Aufbau

und Unterhalt des menschlichen Körpers dienenden Nahrungsmittel gegenüber den Arzneimitteln als Produkte chemischen oder biologischen Ursprungs (vorn E. 2.2) sind nicht zuletzt wegen der "funktionellen" Lebensmittel ("functional food, pharma food, nutraceuticals, alicaments"), d.h. wegen Nahrungsmitteln mit einem spezifischen Zusatznutzen, der über den ernährungsphysiologischen Nutzen der darin enthaltenen Nährstoffe hinausgeht, fliessend. Immerhin können Produkte, die zum Essen geeignet sind, durchaus auch Heilwirkungen bzw. gesundheitsfördernde Wirkungen entfalten (Botschaft zum LMG, BBl 1989 I 919; BGr, 8. Mai 2001, 2A.565/2000, E. 4b/aa, www.bgr.ch). Art. 3 Abs. 2 LMG stellt bei der Abgrenzung zwischen Lebens- und Heilmitteln in erster Linie darauf ab, ob das Produkt als Nahrungs- oder Heilmittel "angepriesen" wird. Dies kann für die Frage, was als Lebensmittel gelten soll, nicht allein massgebend sein. Vielmehr ist unter dem Gesichtspunkt des Verwendungszwecks zu fragen, wieweit ein Produkt zum Aufbau oder Unterhalt des menschlichen Körpers beiträgt. Entfaltet es zusätzlich Heilwirkungen, sind diese hierzu in Relation zu setzen. Je mehr der Ernährungszweck im Vordergrund steht, desto eher handelt es sich um ein Lebensmittel. Ein Produkt hat namentlich dann nicht mehr als Lebensmittel zu gelten, wenn die Heilwirkungen gemessen am Beitrag an Aufbau oder Unterhalt des Körpers als massgeblich erscheinen und bereits beim Konsum normaler Mengen gesundheitsbeeinträchtigende Nebenwirkungen auftreten können. Wird ein Produkt nicht ausdrücklich als Heilmittel in den entsprechenden Verfahren auf den Markt gebracht und in diesem Sinn "angepriesen", gelten die Regeln des Lebensmittelrechts einschliesslich des Verbotes, diese Eigenschaften zur Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuzuschreiben (BGr, 8. Mai 2001, 2A.565/2000, E. 4b/cc mit Hinweisen, www.bger.ch; BGE 127 II 91 E. 3a/bb).

2.6 Wer einem Lebensmittel, das nicht als Heilmittel zugelassen ist, vorbeugende oder heilende Eigenschaften zuschreibt, täuscht den Konsumenten über die Natur des Produkts (Art. 18 Abs. 2 LMG) und führt den Konsumenten insofern irre, als er den Eindruck entstehen lässt, sein Produkt wirke wie ein Heilmittel und sei entsprechend geprüft, was Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV verhindern will. Wer mit krankheitsvorbeugenden, krankheitsbehandelnden oder -heilenden Wirkungen werben will, hat im entsprechenden (heilmittelrechtlichen) Verfahren hierfür die nötigen Beweise zu erbringen. Dies gilt auch für Speziallebensmittel bzw. für die mit essenziellen oder physiologisch nützlichen Stoffen angereicherten Nahrungsmittel (Art. 6 LMV; BGE 127 II 91 E. 4c). Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV untersagt im öffentlichen Interesse eine krankheitsbezogene, dagegen nicht auch eine allgemeine gesundheitsbezogene Werbung, soweit diese auf vertretbaren Tatsachen beruht und ihrerseits wieder zu keiner Täuschung des Publikums Anlass gibt. Bei Speziallebensmitteln haben sich die Hinweise auf die allgemeinen gesundheitsfördernden Wirkungen des konkreten Zusatzes zu beschränken, ohne den Anschein eines Heilmittels zu erwecken, also darauf, was sie von den Grundnahrungsmitteln unterscheidet (BGE 127 II 91 E. 4c/bb).

2.7 Vitamine, aus denen "C" in verschiedenartiger Mischung zusammengesetzt ist, sind organische Verbindungen, die vom Organismus für lebenswichtige Funktionen benötigt werden, aber im Stoffwechsel nicht oder nicht in ausreichendem Umfang synthetisiert werden können und regelmässig mit der Nahrung zugeführt werden müssen. Beim Menschen kommt es zu Mangelerscheinungen leichter und schwererer Art aufgrund falscher oder ungenügender Ernährung. Ernährungsbedingter Mangel an Vitaminen ist allerdings in Ländern mit ausreichendem Nahrungsmittelangebot ausserordentlich selten. Der tägliche Bedarf ist individuell verschieden. Er nimmt bei Krankheit, Stress, Schwangerschaft und Stillperiode zu. Therapeutisch wirksam sind Vitamine nur bei

Mangelzuständen (Pschyrembel, Klinisches Wörterbuch, 258. A., Berlin/New York 1998, S. 1671).

E. 3.1

Der reisserisch aufgemachte Prospekt ("Nutzen Sie INDIVIDUELL dosierte Vitamine, Herr D!") verletzt in mehrfacher Hinsicht das Täuschungsverbot nach Art. 18 Abs. 1 LMG. So soll der Inhaber der Broschüre seinen Vitamin-Status ("also Ihren individuellen Vitamin-Bedarf") erfahren und zugleich sein persönliches "C" ("das Ihren Bedarf optimal abdeckt, Herr D") mittels Ausfüllen eines Fragebogens erhalten ("Sie sind einzigartig. Nutzen Sie jetzt eine Vitamin-Dosierung – so individuell wie Sie selbst!"). Klarzustellen ist an dieser Stelle, dass die erwähnte individuelle und optimale Versorgung mit Vitaminen auf rund 20 verschiedene Rezepturen beschränkt ist, von denen ein Teil die Voraussetzungen an eine Nahrungsergänzung nicht erfüllt (vorn E. 2.3). Missverständlich ist der Text zudem insofern, als er die rund 20 verschiedenen Zusammensetzungen von "C" nicht erwähnt, sondern den Interessenten suggeriert, dass sie eine individuell auf ihre Bedürfnisse optimierte und einzigartige Vitaminrezeptur erhalten ("Sie jedoch sind einzigartig! Kein anderer verfügt über dieselbe Konstitution wie Sie. Kein anderer ist denselben Belastungen ausgesetzt. Kein anderer hat Ihre Lebens- und Ernährungsgewohnheiten. Kurz: Ihr Vitaminstatus und damit Ihr Vitaminbedarf sind so individuell wie Sie selbst!"). Der durch den Fragebogen ermittelte Vitaminstatus ("er nennt Ihnen die für Sie ideale Dosierung aller 13 Vitamine und des Provitamins Beta-Carotin") soll in seiner Zusammensetzung individuell auf die persönlichen Bedürfnisse abgestimmt sein und sich dadurch von den Konkurrenzprodukten für den Massenmarkt abheben. Insofern entspricht die Werbung für "C" jedoch nicht den Tatsachen und täuscht den Kunden im Sinne von Art. 18 Abs. 1 LMG.

E. 3.2

Ausserdem scheint der Fall nicht zu existieren, dass sich eine Person so ausgewogen ernährt, dass sie der zusätzlichen Vitaminzufuhr nicht bedarf ("Erfahren Sie JETZT Ihren persönlichen Vitaminstatus und damit ihren Vitaminbedarf, Herr D!"). Gemäss Prospekt werden die Antworten des Fragebogens ausschliesslich als Grundlage für die Ermittlung des Vitamin-Status verwendet und an die Produktionsfirma zur Herstellung des Produkts "C" weitergegeben. Der Gratulation für die Rücksendung des Fragebogens ("dieses für Ihre Gesundheit so wichtige Dokument") folgt der Hinweis, dass umgehend die für den Kunden persönlich dosierten Vitamine zugesandt werden. Wer den Fragebogen ausfüllt, erhält also in jedem Falle "C", selbst wenn er eine zusätzliche Versorgung mit Vitaminen nicht benötigte ("Freuen Sie sich auf das persönlich für Sie hergestellte C-Vitaminpräparat, Herr D!"). Damit wird der falsche Eindruck erweckt, es bedürfe in jedem Fall und sogar bei einer vielseitigen und ausgewogenen Ernährung der zusätzlichen Vitaminzufuhr in Form von "C", obwohl Vitamine therapeutisch überhaupt nur bei Mangelzuständen wirksam sind (vorn E. 2.7).

E. 3.3

Im Übrigen stellt sich die Frage, wie seriös der Vitamin-Bedarf aufgrund des bestehenden Fragebogens überhaupt abgeklärt werden kann, worauf der Beschwerdegegner zu Recht hinweist. So sind Fragen wie "Sind Sie häufiger erkältet oder haben Schnupfen?" (Antwort "ja" oder "nein"), "Wie beurteilen Sie Ihren derzeitigen beruflichen und privaten Stressfaktor?" (Antwort "hoch", "mittel" oder "niedrig"), "Halten Sie sich öfters in der Sonne auf oder besuchen Sie regelmässig ein Solarium?" (Antwort "ja" oder "nein"),

"Trinken Sie mehr als 3x pro Woche Alkohol (Bier, Wein?)" ohne Mengenangaben und ohne Frage nach dem Genuss hochprozentiger Spirituosen (Antwort "ja" oder "nein") derart unbestimmt, dass sich daraus kaum etwas für den Vitaminbedarf im Allgemeinen und schon gar nicht für den angeblich individuell und optimal abgestimmten Vitaminbedarf der/des Befragten ableiten lässt. Auch die Frage, wie oft im Restaurant und in der Kantine gegessen wird, geht offenbar davon aus, dass darin eine – im Hinblick auf die Vitaminszufuhr – ungenügende, wenn nicht gar ungesunde Ernährungsart vorliegt, was in dieser pauschalen Form kaum zutrifft. Das aufgeführte Beispiel von Frau Marianne M., 48 Jahre alt, Hausfrau, sportlich aktiv, ergibt kein anderes Bild. Bei ihr soll eine leichte Unterversorgung bestehen, die bei den gelegentlichen Diätikuren unter anderem zu schwachen Nerven führe. Ferner soll wegen Aktivitäten im Freien und bei Sonneneinstrahlung beispielsweise der Bedarf an Vitamin C um 72 mg zunehmen, ohne dass jedoch bekannt wäre, wie häufig und intensiv sie sich sportlich betätigt und wie lange sie sich jeweils der Sonne aussetzt. Mit dem verlangten Ausfüllen des Fragebogens ("Nutzen Sie diese einzigartige Gelegenheit, Herr D!") und dem Beispiel von Marianne M. wird demnach eine Genauigkeit der Ermittlung des – angeblich individuell angepassten und optimierten – Vitaminbedarfs in Aussicht gestellt, die sich so weder realisieren lässt noch tatsächlich vorgenommen wird (Beschränkung auf rund 20 Zusammenstellungen von "C"), was wiederum einer Täuschung der Interessenten im Sinn von Art. 18 Abs. 1 LMG gleichkommt. Dies allein berechtigte bereits zum Verbot der beanstandeten Werbung. Davon abgesehen werden mit dieser aber zusätzliche Bestimmungen des Täuschungsverbots verletzt.

E. 4.1

Die Vorinstanz beanstandete im angefochtenen Entscheid, dass der Vitamin-Kompass Auskunft über mögliche gesundheitliche Folgen bei Fehlen der einzelnen Vitamine aufzeige und eine Reihe von Krankheiten und Störungen bei Vitamin-Mangel aufliste. Bei verschiedenen aufgezählten möglichen Folgen der Mangelerscheinungen handle es sich um Krankheiten. Die Aufzählung derartiger Störungen als mögliche Symptome eines Vitaminmangels sei in der Werbung für ein Vitaminpräparat unzulässig. Es werde damit suggeriert, dass durch die Einnahme von "C" das Auftreten der beschriebenen Symptome verhindert und allfällige Störungen behandelt werden könnten, womit der Eindruck erweckt werde, das Produkt entspreche einem Arzneimittel. Dies stelle eine therapeutische Indikation dar. Derartige Produkte würden von der Heilmittelgesetzgebung erfasst und seien für Lebensmittel verboten. Entgegen den Ausführungen der Beschwerdeführerin beschränkte sich die Vorinstanz – deren Entscheid in diesem Verfahren alleiniges Anfechtungsobjekt bildet – somit nicht darauf, die fehlende Übereinstimmung der Anpreisung von "C" mit der Liste des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) über die in der Schweiz zulässigen Anpreisungen für Vitamine und Mineralstoffe vom 5. Juni 2000 (fortan Liste der zulässigen Anpreisungen) zu rügen. Sie führte vielmehr differenziert aus, weshalb die beanstandete Werbung den Eindruck eines Arzneimittels entstehen lasse. Auf ihre zutreffenden Ausführungen kann verwiesen werden (§ 70 in Verbindung mit § 28 Abs. 1 VRG.).

E. 4.2

Zu Recht beanstandete der Beschwerdegegner den so genannten Vitamin-Kompass. Dieser besteht aus einer Gegenüberstellung aller aufgelisteten Vitamine (inkl. Beta-Carotin) mit den Auswirkungen bei Unterversorgung mit Vitaminen. Den mittig aufgeführten umrahmten Vitaminen werden links und rechts die Auswirkungen bei

Mangelserscheinungen zugeordnet, so beispielsweise bei Vitamin B1 Konzentrationsmängel, Gefühlsschwankungen und Muskelkrämpfe, bei Niacin-Mangel (Vitamin B3) Schlaflosigkeit, Müdigkeit und Durchfall, bei Vitamin B12 u.a. Blutarmut, bei Vitamin B5 (Pantothensäure) Schmerzen in Zehen und Fusssohlen, bei Vitamin K Spontanblutungen, bei Beta-Carotin neben Haarausfall Infektionsanfälligkeit, bei Vitamin B2 Schleimhautentzündungen und Hautveränderungen, bei Vitamin B6 Blutarmut, Muskelschwund und Reizbarkeit, bei Vitamin B9 Verdauungsstörungen, bei Biotin (Vitamin H) Mattigkeit, Haarausfall und Depression, bei Vitamin E Erschöpfung, vermehrte Bildung von Altersflecken und bei Vitamin D gestörter Kalziumhaushalt und Knochenprobleme. Damit werden tatsächlich Krankheiten (z.B. Depression, Spontanblutungen, Blutarmut, Muskelschwund, Knochenprobleme, Schlaflosigkeit, Schmerzen in Zehen und Füßen) erwähnt und der Eindruck erweckt, eine ungenügende Versorgung mit Vitaminen habe diese Mängel zur Folge. Dabei darf der Begriff der Krankheit nicht allzu einschränkend ausgelegt werden. Wegen des Koordinationsbedarfs zwischen Lebens- und Heilmittelgesetzgebung sind gleich lautende Begriffe im Zweifel gleich auszulegen. Nach Art. 4 Abs. 1 lit. a HMG dienen Arzneimittel der Erkennung, Verhütung oder Behandlung von Krankheiten, Verletzungen und Behinderungen. Unter den Begriff des "Arzneimittels" fallen auch Produkte wie Hustenbonbons und Kräutertees, ebenso Schmerz-, Schlaf- und Beruhigungsmittel (Botschaft zum HMG, BBl 1999, S. 3511, 3517). Daraus ist zu schliessen, dass bereits Zustände eingeschränkten Wohlbefindens als "Krankheit" zu gelten haben (VGr, 27. Mai 2003, E. 3e, VB.2003.00013, www.vgrzh.ch). Auch wenn nicht ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass die Einnahme von "C" für bestimmte körperliche Funktionen unerlässlich sei, wird mit dem Vitamin-Kompass gerade der Eindruck erweckt, eine mangelhafte Versorgung mit Vitaminen (ohne Angaben über das Ausmass dieser Mangelhaftigkeit) habe die aufgelisteten Krankheiten und Einschränkungen im Wohlbefinden zur Folge, und zusätzlich, dass "C" deren Auftreten verhindere. Dies wird noch durch den Hinweis unterstrichen, dass die Angaben im Vitamin-Kompass von Ernährungsfachleuten nach neuesten Erkenntnissen erstellt worden seien und der Interessent sein persönliches "C" dringend – "noch heute" – anfordern solle. Damit wird "C" tatsächlich eine therapeutische Indikation unterstellt, die weit über ernährungsphysiologische Wirkungen hinausgeht und eben eine medizinische Einwirkung auf den Körper bedeutet.

E. 4.2.1

Nach dem Ausgeführten trifft es auch nicht zu, dass dem Konsumenten in der Werbung der Beschwerdeführerin auf keine Weise suggeriert werde, dass die Vitaminpräparate eine krankheitsvorbeugende oder -heilende Wirkung hätten, wie die Beschwerdeführerin ausführt. Ihrer Ansicht nach wird lediglich darauf hingewiesen, dass das Präparat als Zusatz zur Vitaminzufuhr durch die tägliche Nahrung eingenommen werden könne, um allfällige bestehende Vitamindefizite auszugleichen. Zudem würden lediglich allgemeine, gesundheitliche Erscheinungen genannt, welche gemäss ernährungswissenschaftlichen Erkenntnissen bei derartigen Vitamindefiziten auftreten könnten. Dem steht schon entgegen, dass in der beanstandeten Werbung das Produkt "C" mehrmals in Zusammenhang mit der Gesundheit des Interessenten gebracht wird (z.B. "Sie haben jetzt den ersten Schritt für die optimale Unterstützung Ihrer Gesundheit, für mehr Wohlbefinden und körperliche und geistige Fitness getan – senden Sie nun dieses für Ihre Gesundheit so wichtige Dokument gleich zurück."). Weiter wurde der Zusammenhang zwischen der Einnahme von "C" und den aufgelisteten (schweren) Folgen bei Vitaminmangel bereits erstellt, worauf zu

verweisen ist (vorn E. 4.2). Damit wird das Präparat "C" klar in Zusammenhang mit einer krankheitsvorbeugenden bzw. -heilenden Wirkung gebracht und nicht nur als täglicher Zusatz zur Vitaminzufuhr empfohlen ("Denn womit könnten Sie Ihre Gesundheit gezielter fördern, Defizite ausgleichen und Mangelerscheinungen vorbeugen als mit einem Nahrungsergänzungsmittel, das für Sie – und nur für Sie – hergestellt und mit Ihrem Namen versehen wurde?"). Von allgemeinen gesundheitlichen Erscheinungen, die bei "derartigen" Vitamindefiziten auftreten können, kann zudem nicht gesprochen werden, handelt es sich bei den aufgeführten Folgen doch um Symptome krankhafter Veränderungen bei schweren Vitaminmängeln, wie sie in Ländern mit ausreichendem Nahrungsmittelangebot (wozu die Schweiz zweifelsfrei gehört) ausserordentlich selten sind. Man kann geradezu von Extremfällen von Unterversorgung an Vitaminen sprechen, die nicht mit "allgemeinen gesundheitlichen Erscheinungen" bei hierzulande höchstens geringfügigen Vitamindefiziten zu vergleichen sind. Dabei geht es nicht darum, ob die geschilderten Formen extremen Vitaminmangels wissenschaftlich belegt sind oder nicht, sondern darum, dass der (unberechtigte) Eindruck erweckt wird, ohne "C" könnten diese Folgen eintreten. Gerade diese berechnete Erwartung wird im Konsumenten entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin erweckt.

E. 4.2.2

Entsprechend trifft es auch nicht zu, dass im Vitamin-Kompass die Darstellung ernährungsphysiologischer Wirkungen als Information für den Konsumenten im Vordergrund stehe. Das lässt sich aus dem Vitamin-Kompass gerade nicht schliessen. So liegt beispielsweise die ernährungsphysiologische Wirkung von Vitamin B6 nach der Liste der zulässigen Anpreisungen, die immerhin auf einem allgemeinen wissenschaftlichen Konsens beruht (Ernährungsbezogene und gesundheitliche Anpreisungen bei Lebensmitteln, Mitt. Lebensm. Hyg. 92 [2001], S. 641 ff., 646) darin, dass dieses Vitamin notwendig ist für den Stoffwechsel der Eiweisse und deren Bestandteile. Gemäss Vitamin-Kompass sind die Folgen eines Mangels an Vitamin B6 Blutarmut, Muskelschwund und Reizbarkeit. Biotin spielt nach der Liste der zulässigen Anpreisungen eine Rolle im Stoffwechsel der Aminosäuren. Gemäss Vitamin-Kompass führt ein Biotin-Mangel zu Mattigkeit, Haarausfall und Depression. Vitamin K erhält nach der Liste der zulässigen Anpreisungen die normale Gerinnungsfähigkeit des Blutes, wogegen nach dem Vitamin-Kompass bei Mangel an Vitamin K Spontanblutungen auftreten können. Abgesehen davon, dass die Verhinderung der aufgelisteten Krankheiten und Einschränkungen im Wohlbefinden dem Produkt "C" zugeschrieben wird (und nicht den Inhaltsstoffen), kann von aufgelisteten ernährungsphysiologischen Wirkungen als Information für den Kunden nicht gesprochen werden, wie der Beschwerdegegner zu Recht festhält. Erwähnt werden vielmehr Krankheitsbilder oder mindestens mögliche krankhafte Veränderungen als Symptome bei schweren Vitaminmängeln, die krankheitsähnlichen Zuständen entsprechen (zum Beispiel Spontanblutungen). Es handelt sich daher um eine krankheits- und nicht um eine allgemeine, gesundheitsbezogene Werbung (BGE 127 II 91 E. 4b). Auch insoweit liegt ein Verstoß gegen Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV vor, ebenso gegen Art. 18 Abs. 2 LMG, weil der Konsument über die Natur des Produkts getäuscht wird, dem vorbeugende bzw. heilende Wirkungen zugestanden werden (vgl. BGE 127 II 91 E. 3a/cc; vorn E. 4.2.1).

E. 4.3

Was die Beschwerdeführerin dagegen vorbringt, hält einer Überprüfung nicht stand. So trifft es – nach dem eben Ausgeführten – nicht zu, dass die Vorinstanz es unterlassen habe, die beanstandete Werbung einer differenzierten Betrachtung zu unterziehen, wie die Beschwerdeführerin vorbringen lässt. Sie kritisiert weiter, die Vorinstanz beschränke sich im Wesentlichen auf den Hinweis, dass das Werbematerial den Anschein erwecke, das Produkt entspreche einem Arzneimittel, und die Anpreisungen entsprächen nicht den für Vitamine zulässigen Anpreisungen in der BAG-Liste. Dies stelle eine klare Ermessensunterschreitung dar.

E. 4.3.1

Eine Ermessensunterschreitung liegt vor, wenn sich die Verwaltung als gesetzlich gebunden erachtet, obschon sie Ermessen walten lassen sollte, wenn sie also ihre Ermessensbefugnis gar nicht ausschöpft. Fordert der Gesetzgeber bewusst eine differenzierende Behandlung bestimmter Fragen, behandelt jedoch die Verwaltung aller Fälle ohne die gebotene Differenzierung schematisch gleich, so liegt eine Ermessensunterschreitung vor, die als Rechtsverletzung zu qualifizieren ist (§ 50 Abs. 1 lit. c VRG; Alfred Kölz/Jürg Bosshart/Martin Röhl, Kommentar zum Verwaltungsrechtspflegegesetz des Kantons Zürich, 2. A., Zürich 1999, § 50 N. 79). Eine Ermessensunterschreitung liegt hier jedoch nicht vor. Die Vorinstanz hat klar ausgeführt, weshalb dem Produkt "C" in der Werbung der Beschwerdeführerin ihrer Meinung nach arzneimittelähnliche Wirkungen zugeschrieben werden (vorn E. 4.1 und 2). Es ist jedoch nicht ihre Aufgabe, die Werbung der Beschwerdeführerin daneben im Detail auf allenfalls zulässige Bestandteile hin zu untersuchen.

E. 4.3.2

Daran ändert sich nichts dadurch, dass in der Liste der zulässigen Anpreisungen Wirkungszusagen bei Vitaminen als zulässig erachtet werden, die nach Ansicht der Beschwerdeführerin deutlich über die beanstandete Werbung hinausgehen. Die vom Bundesamt für Gesundheit erlassene Liste der zulässigen Anpreisungen beruht auf einem wissenschaftlich allgemein anerkannten Konsens. Es handelt sich um die sog. "nutrient function claims", d.h. um Anpreisungen, welche die physiologische Funktion eines Nährstoffes umschreiben. Voraussetzung für eine Anpreisung ist, dass in der Tagesration eines (Spezial-)Lebensmittels mindestens 30 % des empfohlenen Tagesbedarfes des betreffenden Vitamins oder Mineralstoffs enthalten sind und sich die Anpreisung klar auf den Nährstoff und nicht auf das Lebensmittel bezieht (z. B. Vitamin A [nicht das Produkt X] ist für das normale Wachstum notwendig). Die Liste hat Empfehlungscharakter und soll dazu beitragen, die Rechtsunsicherheit auf dem Gebiet der erlaubten Anpreisungen zu verringern.

E. 4.3.3

Wohl trifft es zu, dass die zulässige Anpreisung für Vitamin A lautet: "Ist für das normale Wachstum notwendig". Der Unterschied gegenüber der beanstandeten Werbung der Beschwerdeführerin – was diese übersieht – liegt aber gerade darin, dass die erwähnte Wirkung von Vitamin A dem Vitamin (dem Nährstoff) und nicht dem Produkt zugeschrieben wird. Die Voraussetzungen für die Anpreisung eines Lebensmittels werden von der Beschwerdeführerin nicht bestritten, wozu gehört, dass sich die Anpreisung nicht auf das Lebensmittel, sondern auf den darin enthaltenen Nährstoff beziehen muss. Dieser Voraussetzung kommt kein Empfehlungscharakter wie der Liste der zulässigen

Anpreisungen zu (Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV). Der Vitamin-Kompass entspricht diesen Voraussetzungen nicht. Er ist wie folgt überschrieben: "Ihr Vitamin-Kompass: C kann Sie nahrungsergänzend unterstützen!". Darunter sind, wie erwähnt, die einzelnen Vitamine aufgereiht und links und rechts davon die Folgen von Mangelerscheinungen aufgelistet. Damit wird gerade der Zusammenhang zwischen der Einnahme von "C" und der Vermeidung von aufgelisteten Mangelerscheinungen bei schwerer Vitaminunterversorgung hergestellt, was unzulässig ist. Dies wird noch dadurch verstärkt, dass unterhalb der eingerahmten Vitamine mit den nebenstehenden krankhaften Veränderungen als Symptome eines Vitaminmangels die Aufforderung enthalten ist: "Fordern Sie Ihr persönliches C noch heute an!". Nachdem die Beschwerdeführerin die Wirkungen der Vitamine gerade ihrem Produkt zuschreibt und nicht den darin enthaltenen Stoffen, wird Art. 19 Abs. 1 lit. c und d LMV verletzt. Es kann daher dahingestellt bleiben, ob der Liste der zulässigen Anpreisungen blosser Empfehlungscharakter zukommt oder ob sie aufgrund eines wissenschaftlich allgemein anerkannten Konsenses rechtlich verbindlich ist.

E. 4.3.4

Dagegen hilft die Berufung der Beschwerdeführerin auf die Rechtsprechung des Deutschen Bundesgerichtshofs nicht weiter, sind doch die hiesigen Instanzen daran nicht gebunden. Fehl geht überdies der Hinweis darauf, dass im Werbematerial der Beschwerdeführerin mehrfach darauf hingewiesen werde, bei "C" handle es sich um eine Nahrungsergänzung, was die Täuschung darüber, dass es ein Arzneimittel sei, ausschliesse. Wie dargelegt, kann für die Frage, was als Lebensmittel gelten soll, nicht allein massgebend sein, ob ein Produkt als Nahrungs- oder Heilmittel angepriesen wird (Art. 3 Abs. 2 LMG; vorn E. 2.5). Aufgrund der beschriebenen Umstände besteht für den Konsumenten vielmehr die berechtigte Erwartung, dass mit der Einnahme von "C" die gemäss Vitamin-Kompass geschilderten Krankheiten und Einschränkungen im Wohlbefinden nicht eintreten. Dieser Eindruck entsteht sodann nicht einzig aufgrund des Vitamin-Kompasses, sondern aufgrund der gesamten Werbung, welche die Wichtigkeit einer individuell optimierten Vitaminzufuhr (die in dieser Form ohnehin nicht besteht, vorn E. 3.1 und 2) im Hinblick auf die Gesundheit, die Lebensfreude und das Wohlbefinden mehrfach betont.

E. 4.4

Die hier massgebenden Vorschriften in der Lebensmittelverordnung sollen verhindern, dass Lebensmittel oder Gebrauchsgegenstände, die nicht als Arzneimittel auf den Markt kommen, mit Heilanzeigen versehen werden (Botschaft zum LMG, BBl 1989 I 949). Derartige Bestimmungen dienen gesundheitspolizeilichen Zielen und nicht allein dem Schutz der Konsumenten vor Täuschung, denn sie stellen sicher, dass die Heilmittelgesetzgebung nicht unterlaufen wird. Als gesundheitspolizeiliche Vorschrift kann sich Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV deshalb auf Art. 3 Abs. 2 in Verbindung mit Art. 37 LMG stützen (BGE 127 II 91 E. 3a/bb). Art. 19 Abs. 1 lit. c LMV untersagt im öffentlichen Interesse eine – wie vorliegend – krankheitsbezogene, nicht aber auch eine allgemeine gesundheitsbezogene Werbung, soweit diese auf vertretbaren Tatsachen beruht und ihrerseits wieder zu keiner Täuschung des Publikums Anlass gibt (BGE 127 II 91 E. 4b). Sofern die Beschwerdeführerin im Verbot der vorliegenden Werbung von "C" eine Einschränkung der Werbefreiheit und damit ihrer Wirtschaftsfreiheit erkennen will, kann sich diese Einschränkung nicht nur auf eine gesetzliche Grundlage stützen, sondern liegt sie wie dargelegt auch im öffentlichen Interesse und erscheint durchaus verhältnismässig. Schliesslich wird der Beschwerdeführerin nicht generell verboten, das Produkt "C" zu

bewerben, sondern nur – aus den dargelegten Gründen – mit dem beanstandeten Prospekt.

E. 5

Entsprechend ist die Beschwerde abzuweisen. Die Beschwerdeführerin verlangt im Unterschied zum Rekursverfahren keine Übergangsfrist zur Anpassung der beanstandeten Werbung. Bei diesem Ausgang sind ihr die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen (§ 70 in Verbindung mit § 13 Abs. 2 VRG). Eine Parteientschädigung ist ihr nicht zuzusprechen (§ 17 Abs. 2 VRG). Demgemäss entscheidet die Kammer : 1. Die Beschwerde wird abgewiesen. 2. Die Gerichtsgebühr wird festgesetzt auf Fr. 4'000.--; die übrigen Kosten betragen: Fr. 60.-- Zustellungskosten, Fr. 4'060.-- Total der Kosten. 3. Die Gerichtskosten werden der Beschwerdeführerin auferlegt. 4. Eine Parteientschädigung wird nicht zugesprochen. 5. Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen, von der Zustellung an gerechnet, Verwaltungsgerichtsbeschwerde beim Bundesgericht erhoben werden.

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