

# Gericht stoppt „Immun-Smoothie“ für Kinder: Foodwatch setzt sich durch

geschrieben von Redakteur | August 24, 2025



Das Landgericht Karlsruhe erklärt die Bezeichnung eines Kinder-Quetschies als „Immun-Smoothie“ für irreführend. Foodwatch begrüßt das Urteil als wichtigen Sieg gegen Gesundheitswerbung, die Eltern täuscht.

## Foodwatch gewinnt Klage gegen dm

Die Verbraucherorganisation **Foodwatch** hat vor dem Landgericht Karlsruhe einen wichtigen Erfolg erzielt: Die Drogeriekette **dm** darf ihr Kinderprodukt nicht länger als „Immun-Smoothie“ bewerben. Das Gericht entschied, dass die Bezeichnung gegen die europäische **Health-Claims-Verordnung** verstößt.

Der Begriff erwecke den falschen Eindruck, das Produkt könne das Immunsystem stärken. Laut Richter handelt es sich um eine **gesundheitsbezogene Angabe**, die nicht auf der EU-Liste zugelassener Health Claims steht – und damit unzulässig ist.

## Irreführung von Eltern und Kindern

„Wer Fruchtpüree mit Vitaminzusatz und zehn Prozent Zucker als ‚Immun-Smoothie‘ verkauft, führt Eltern in die Irre – und

zieht ihnen obendrein das Geld aus der Tasche. Das ist nicht nur dreist, sondern schlicht illegal“, erklärte **Rauna Bindewald von Foodwatch**.

Das Produkt, ein Quetschie aus Fruchtpüree mit zugesetzten Vitaminen, enthält trotz der Aufschrift „ohne Zuckerzusatz“ rund **zehn Prozent Fruchtzucker**. Damit ist es für Kinder ebenso kritisch wie herkömmlicher Haushaltszucker und erreicht im **Nutri-Score nur die Bewertung D**.

Zudem kritisiert Foodwatch, dass dm das Produkt in der Nähe von Nahrungsergänzungsmitteln platzierte und so gezielt einen gesunden Eindruck erweckte.

## **Hintergrund: Was die Health-Claims-Verordnung schützt**

Die europäische **Health-Claims-Verordnung** regelt, welche gesundheitsbezogenen Aussagen erlaubt sind. Zulässig sind nur Angaben, die zuvor ein wissenschaftliches Prüfverfahren bei der **Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA)** durchlaufen haben.

So darf beispielsweise der Hinweis, dass Vitamin D „zu einer normalen Funktion des Immunsystems beiträgt“, verwendet werden. Doch selbst ein solcher Satz darf nicht dazu dienen, ein komplettes Produkt unter dem Etikett „Immun-Smoothie“ zu vermarkten – insbesondere nicht, wenn der Hinweis im Kleingedruckten versteckt wird.

## **Mehr Fälle von irreführender „Immun-Werbung“**

Der „Immun-Smoothie“ ist kein Einzelfall:

- Das **Barnhouse-Kinder-Müsli „Krunchy Immune Plus“** wurde

- nach einer Abmahnung von Foodwatch vom Markt genommen.
- Gegen den Saft „**BioC Immunkraft**“ von **Voelkel** läuft aktuell noch eine Klage.

Foodwatch hatte in den vergangenen Monaten **drei Produkte** wegen irreführender Gesundheitsversprechen abgemahnt.

## **Bedeutung für Eltern und Pädagog:innen**

Das Urteil ist ein starkes Signal für alle, die Kinder begleiten: **Gesundheitsversprechen auf Lebensmitteln sind oft trügerisch.** Gerade Eltern, die bewusst einkaufen wollen, können durch wohlklingende Produktnamen getäuscht werden.

Für Pädagog:innen ist der Fall ein Beispiel, wie wichtig **Ernährungsbildung** und ein kritischer Blick auf Werbung sind. Denn hinter bunten Verpackungen und Gesundheitsclaims steckt nicht immer ein gesundes Produkt.

## **Rechtslage und Ausblick**

Das Urteil des Landgerichts Karlsruhe ist noch nicht rechtskräftig. **dm kann bis Mitte September 2025 Berufung einlegen.** Foodwatch kündigte an, auch in Zukunft genau hinzusehen und unzulässige Gesundheitsversprechen aufzudecken.

## **Weiterführende Informationen:**

- [Urteil des LG Karlsruhe](#)
- [Pressemitteilung \(6.12.24\): Nach Abmahnung von foodwatch: Bio-Müsli-Hersteller stoppt irreführende „Immun-Werbung“](#)
- [Pressemitteilung \(13.02.25\): Irreführende Immun-Werbung: foodwatch verklagt Bio-Safthersteller Voelkel](#)

- [Pressemitteilung \(22.11.24\): foodwatch mahnt dm, Barnhouse und Voelkel wegen irreführender „Immun-Werbung“ ab](#)

**Quelle:** Foodwatch (Pressemitteilung, 20. August 2025)