Verbraucherzentrale Hamburg

Nahrungsergänzungsmittel auf Social Media: Viel Werbung, wenig Transparenz

Ein Marktcheck der Verbraucherzentralen zeigt: Influencerinnen und Influencer werben für Nahrungsergänzungsmittel auf Social Media oft verdeckt und mit verbotenen Versprechen.



© iStock.com/mixetto

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Die Verbraucherzentralen haben 2026 auf Instagram und TikTok **804 Beiträge** von 27 Influencerinnen und Influencern zu Nahrungsergänzungsmitteln und anderen Lebensmitteln ausgewertet.

2. 589 dieser Beiträge enthielten Werbung. Keiner davon war aus Sicht der Verbraucherzentralen **ausreichend als Werbung gekennzeichnet**.
3. In 160 Beiträgen hieß es, ein Produkt beuge Krankheiten vor, lindere oder heile sie. Das ist bei Lebensmitteln **verboten**.
4. Verbraucherinnen und Verbraucher sollten skeptisch sein, wenn ein Produkt mit einer starken Wirkung angepriesen oder die normale Ernährung schlecht geredet wird.

Stand: 09.11.2026

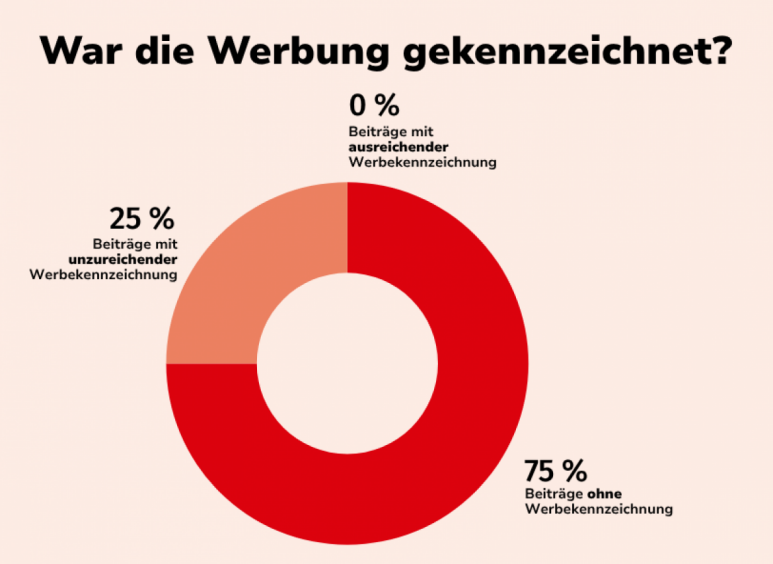
Nahrungsergänzungsmittel sind Lebensmittel, die die normale Ernährung ergänzen sollen. Beispiele sind Vitamintabletten oder Magnesiumkapseln. Werbung für Nahrungsergänzungsmittel auf Social Media ist meist nicht als Werbung erkennbar und enthält oft unzulässige Gesundheitsversprechen. Das zeigt unser bundesweiter Marktcheck.

Was haben wir untersucht?

Wie werben Influencerinnen und Influencer mit Accounts zu Themen wie Fitness, Beauty und Familie auf Instagram und TikTok für Nahrungsergänzungsmittel und andere Lebensmittel? Die Verbraucherzentralen werteten Beiträge von 27 Influencerinnen und Influencern aus dem Januar 2026 aus, dazu Stories einer Woche im Mai 2026 und die bis zu diesem Zeitpunkt abrufbaren Story-Highlights. Von 1.662 Beiträgen hatten 804 einen Bezug zu Nahrungsergänzungsmitteln oder anderen Lebensmitteln.

	Beiträge	Anteil
Beiträge mit Werbung	589	73 % der 804 Beiträge
davon ohne jede Werbekennzeichnung	440	75 % der Werbebeiträge

davon mit unzureichender Kennzeichnung	149	25 % der Werbebeiträge
Beiträge mit gesundheitsbezogenen Aussagen	378	47 % der 804 Beiträge
davon zulässige Aussagen	5	rund 1 %
Beiträge mit krankheitsbezogenen Aussagen	160	20 % der 804 Beiträge



© Verbraucherzentralen

Warum ist Influencer-Werbung oft nicht als Werbung erkennbar?

Influencer-Werbung ist oft nicht erkennbar, weil die Kennzeichnung fehlt oder versteckt ist. Dabei muss auch diese Form von Werbung klar für Verbraucherinnen und Verbraucher als solche erkennbar sein (§ 5a Abs. 4 UWG). Ohne klare Kennzeichnung können Sie Werbung nicht von einem persönlichen Tipp unterscheiden.

Bei den untersuchten Veröffentlichungen dieses Marktchecks stand der Hinweis auf Werbung zum Beispiel:

- verdeckt unter einem Textfeld,
- klein in einer Ecke,

- ohne Kontrast zum Hintergrund,
- mitten in einem längeren Text oder
- nur abgekürzt.

Mehr darüber, welche Regeln für Werbung auf Social Media gelten und worauf Sie achten sollten, erfahren Sie im Artikel „Werbung für Nahrungsergänzungsmittel durch Influencer“.

Mit welchen Tricks wird für Nahrungsergänzungsmittel geworben?

Influencerinnen und Influencer nutzen vor allem vier Strategien, oft in Kombination. Die Werbung wirkt dadurch wie ein persönlicher Rat.

- **Angst machen:** Normale Lebensmittel erscheinen als belastet oder nährstoffarm. Pickel, Müdigkeit oder Konzentrationsprobleme gelten als Zeichen für einen Mangel oder eine Krankheit.
- **Fachwissen vortäuschen:** Influencerinnen und Influencer verweisen auf Studien, nennen medizinische Titel oder versprechen „Geheimwissen“. Manche grenzen sich bewusst von Behörden und Fachleuten ab.
- **Erfolgsgeschichten zeigen:** Persönliche Erfahrungen, Vorher-nachher-Geschichten und Tipps aus dem angeblich privaten Umfeld sollen beweisen, dass ein Produkt wirkt.
- **Kaufdruck erzeugen:** Rabattcodes, befristete Angebote und Hinweise auf knappe Ware drängen zu einer schnellen Entscheidung.

Vorsicht auch bei angeblichen **Empfehlungen von Prominenten**: Betrüger nutzen deren Namen und Bilder, um Nahrungsergänzungsmittel zu bewerben. Mehr dazu erfahren Sie in unserem Artikel über Fake-Werbung mit Prominenten für Nahrungsergänzungsmittel.

Welche Gesundheitsversprechen sind bei Nahrungsergänzungsmitteln erlaubt?

Erlaubt sind nur **gesundheitsbezogene Angaben**, die durch die EU geprüft und zugelassen sind. Die zugelassenen Sätze stehen in einer Liste. Aussagen, dass ein Lebensmittel Krankheiten vorbeugt, lindert oder heilt, sind **verboten**.

Beispiel für eine Aussage	Einordnung
„Vitamin C trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei.“	zugelassene gesundheitsbezogene Angabe
„Vitamin C stärkt das Immunsystem.“	nach Auffassung der Verbraucherzentralen unzulässig, weil sie die zugelassene Aussage verstärkt
„Vitamin C schützt vor Krebs.“	krankheitsbezogen und damit verboten

Werbung für Nahrungsergänzungsmittel darf außerdem nicht behaupten, eine ausgewogene Ernährung liefere nicht genug Nährstoffe (§ 4 Abs. 4 NemV). Die Verbraucherzentralen erklären, warum Werbung mit Gesundheit meist zu viel verspricht.

Wussten Sie, dass Nahrungsergänzungsmittel keine Zulassung wie Arzneimittel brauchen? Wer sie verkaufen will, muss sie nur beim Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit anzeigen (§ 5 NemV). Keine Behörde prüft vorher, ob ein Produkt wirkt, sicher ist oder ob die Werbung stimmt.

ÜBRIGENS

Wir sind gegen unzulässige Gesundheitswerbung auf Social Media vorgegangen. Wir haben die Firma Glücks Krone abgemahnt und aufgefordert, eine Unterlassungserklärung abzugeben, weil diese über ihren Instagram-Account aus unserer Sicht unzulässige gesundheitsbezogene und verbotene krankheitsbezogene Aussagen verbreitet hat. Die Werbung betraf das **Lebensmittel Kakao Glück** und das **Nahrungsergänzungsmittel Glücks Essentials Asta + E Astaxanthin + Vitamin E**.

Woran erkenne ich unseriöse Werbung für Nahrungsergänzungsmittel?

Unseriöse Werbung für Nahrungsergänzungsmittel erkennen Sie an übertriebenen Versprechen und fehlender Offenheit. Wir raten zur Vorsicht, wenn

- ein Produkt gegen viele Beschwerden oder Krankheiten helfen soll,
- als Beleg nur Erfahrungsberichte, Einzelstudien oder Studien an Zellen und Tieren dienen,
- Ihre normale Ernährung als unzureichend oder gefährlich gilt,
- ein Rabattcode oder Shop-Link dabei ist, aber kein deutlicher Werbehinweis.

Fragen Sie sich immer: Verdient die Person an dem Produkt, wenn Sie etwas bestellen?

Nehmen Sie Medikamente ein, sprechen Sie vor der Einnahme eines Nahrungsergänzungsmittels mit Ihrer Arztpraxis oder Apotheke. Denn Nahrungsergänzungsmittel können Wechselwirkungen mit Medikamenten haben.

Unabhängige Informationen zu Nahrungsergänzungsmitteln finden Sie bei Klartext Nahrungsergänzung, einem Angebot der Verbraucherzentralen.

Was kann ich gegen verbotene Werbung auf Social Media tun?

Verbotene Werbung für Nahrungsergänzungsmittel können Sie melden. So gehen Sie vor:

- **Screenvideo machen.** Account, Datum und Aussage sollten zu sehen sein. Stories verschwinden oft nach 24 Stunden.
- **Beitrag melden** über das Beschwerdeformular der Verbraucherzentralen.
- **Bei der Plattform melden** über die Meldefunktion am Beitrag.

Haben Sie ein Produkt gekauft und Probleme damit, können Sie uns außerdem eine E-Mail schreiben.

UNSERE FORDERUNGEN

Die Verbraucherzentralen fordern strengere Regeln und wirksamere Kontrollen für Gesundheitswerbung auf Social Media.

- Hersteller dürfen nicht mit verbotenen Aussagen werben und müssen das auch bei beauftragten Influencerinnen und Influencern sicherstellen.
- Plattformen sollen Verantwortung tragen, wenn ihre Algorithmen rechtswidrige Gesundheitswerbung verbreiten, besonders an schutzbedürftige Menschen.
- Die Lebensmittelüberwachung braucht Fachleute und Technik, um Social-Media-Werbung systematisch zu kontrollieren. Dazu gehört eine zentrale Meldestelle für Verbraucherinnen und Verbraucher.
- Die Health-Claims-Verordnung muss auch Werbung erfassen, die Gesundheitsversprechen und Produkt auf verschiedene Beiträge verteilt.

Darüber hinaus fordern die Verbraucherzentralen ein Verbot von Influencer-Werbung für ungesunde Lebensmittel.

Häufige Fragen

Müssen Influencerinnen jeden Beitrag als Werbung kennzeichnen?

Nein. Kennzeichnen müssen sie Beiträge, für die sie Geld, kostenlose Produkte oder Provisionen erhalten, und Beiträge zu eigenen Produkten.

Reicht ein Hashtag „#Werbung“ am Ende des Textes?

Nach Auffassung der Verbraucherzentralen nicht. Der Hinweis muss auf den ersten Blick sichtbar sein, etwa am Anfang des Beitrags oder gut lesbar im Bild.

Brauche ich Nahrungsergänzungsmittel, wenn ich mich ausgewogen ernähre?

In der Regel nicht. Ob in Ihrer Lebenslage eine Ergänzung sinnvoll ist, etwa in der Schwangerschaft, bei bestimmten Ernährungsmustern oder Zielen, ist individuell zu klären.

Wer kontrolliert Werbung für Nahrungsergänzungsmittel auf Social Media?

Die Lebensmittelüberwachung der Bundesländer wären für die Überprüfung der Gesundheitsaussagen zuständig, die Landesmedienanstalten für die Prüfung der Werbekennzeichnung. Verbraucherzentralen können Verstöße abmahnen und vor Gericht bringen.

Sind Nahrungsergänzungsmittel aus Social-Media-Werbung gefährlich?

Das lässt sich nicht pauschal sagen. Es geht oft um rechtswidrige Bewerbung, Verunsicherung und Fehlinformation, was zu falschen Entscheidungen führen kann. In manchen Fällen können Produkte auch direkt gefährlich sein.

Gefördert durch:

Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/nahrungsergaenzungsmittel/nahrungsergaenzungsmittel-auf-social-media-viel-werbung-wenig-transparenz