

WIE SIE YOUNG LIVING (RECHTLICH) RICHTIG PRÄSENTIEREN

In vielen Ländern, darunter auch in allen EU-Mitgliedsstaaten, gibt es Regelungen und Vorschriften zum Schutz der Konsumenten. Viele davon regeln die Möglichkeiten der Vermarktung von Unternehmen im Wellnesssegment. Die Bestimmungen verpflichten die Unternehmen dazu, nur wahrheitsgemäße und sichere Aussagen über ihre Produkte zu machen.

Um auch Sie und uns zu schützen, finden Sie hier ein paar Tipps, wie Sie die Young Living-Produkte präsentieren und beschreiben können, ohne für sich selbst oder für Young Living ein rechtliches Risiko einzugehen.

Kosmetika vs. Nahrungsergänzungen vs. Nahrungsmittel

Die Produkte von Young Living sind rechtlich in vier Kategorien unterteilt: Nahrungsergänzungen, Kosmetika, Nahrungsmittel und allgemeine Konsumgüter.

Kosmetika – Ätherische Öle & Körperpflegeprodukte

Kosmetika sind Körperpflegeprodukte, die zum Zwecke der Reinigung, Verbesserung oder Veränderung von Hautbild, Haut, Haaren oder Zähnen verkauft bzw. beworben werden. Kosmetikprodukte können aus allen Substanzen und in allen Formen hergestellt werden und umfassen auch Deodorants und Parfums.

Aussagen über die Anwendung eines Kosmetikprodukts und die Resultate, die es erzielen kann, sind verboten. So handelt es sich bei der Behauptung, dass ein Produkt „beschädigte Haut wiederherstellt“ um eine therapeutische Aussage bzw. Indikation; über ein Kosmetikprodukt könnte man nur sagen, dass es mittels Feuchtigkeitspflege „trockene Haut regeneriert“. Zulässige Aussagen finden Sie normalerweise auf den Etiketten der Produkte oder den beiliegenden Broschüren. Sie können aber auch andere Aussagen über Kosmetikprodukte machen, so lange diese wahrheitsgemäß sind und sich auf eine „kosmetische“ Verwendung bzw. Wirkung beschränken (sehen Sie dazu die u.a. Beispiele).

Nahrungsmittel und Nahrungsergänzungen

Nährwertbezogene Angaben über Nahrungsmittel sind streng reglementiert. Aussagen über den Nährstoffgehalt bestimmter Lebensmittel müssen beispielsweise einem vorgegebenen Schema entsprechen und sind nur dann zulässig, wenn pro Serviereinheit ein definierter Mindestgehalt dieses Nährstoffes enthalten ist. Beispiele für nährwertbezogene Angaben:

„Kalziumquelle“, „fettreduziert“, „ballaststoffreich“ und „reduzierter Salzgehalt“. Die in der Europäischen Verordnung festgelegten nährwertbezogenen Angaben dürfen nur verwendet werden, wenn das Produkt die zugrunde liegenden Voraussetzungen erfüllt.

Zu manchen Produkten können auch bestimmte Aussagen über gesundheitliche oder das Risiko von Krankheiten reduzierende Wirkungen gemacht werden – aber nur, wenn diese vorher genauestens überprüft wurden und einem festgelegten Format entsprechen. Die zulässigen Aussagen finden Sie normalerweise auf den Produktetiketten. Andere nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben zu einem Lebensmittel können ein rechtliches Risiko darstellen, selbst wenn sie der Wahrheit entsprechen. Gesundheitsbezogene Angaben, die in der Europäischen Liste autorisierter gesundheitsbezogener Angaben zu finden sind, dürfen für Lebensmittel verwendet werden. Beispiele dafür sind:

„EPA und DHA leisten einen Beitrag zu einer normalen Herzfunktion“

„Kalzium ist notwendig zur Erhaltung einer normalen Knochenstruktur“

„Zink trägt zum Schutz der Zellen vor oxidativem Stress bei“

WIE SIE YOUNG LIVING (RECHTLICH) RICHTIG PRÄSENTIEREN

Was Sie sagen können

Während Sie ohne entsprechende wissenschaftliche Studien nicht behaupten dürfen, dass ein Young Living-Produkt eine Krankheit heilen, behandeln, diagnostizieren oder verhindern kann, können Sie sehr wohl sagen, dass Young Living-Produkte das emotionale und spirituelle Wohlbefinden fördern und eine positive kosmetische Wirkung auf das Erscheinungsbild der Haut haben.

Hier eine Liste zulässiger Produktaussagen von Young Living Europe zu bestimmten Produkten:

<i>Zulässige Aussagen</i>	<i>Produktklasse/-kategorie</i>
Entfaltet ein reines, wohltuendes Aroma beim Auftragen auf den Brust- und Halsbereich.	Kosmetika
Fördert – mittels Diffusor vernebelt – Gelassenheit und ein Gefühl des inneren Friedens.	Kosmetika
Beschreibungen des Aromas sind u.a.: Duft nach Wäldern, erfrischend, entspannend, beruhigend, belebend und erhebend.	Kosmetika
Enthält natürlich vorkommende Inhaltsstoffe ... wie Methylsalicylat, Gamma-Curcumen, Menthol und Eugenol.	Kosmetika
Erhält das gesunde, straffe Aussehen der Haut.	Kosmetika
Kann das Aussehen trockener, rissiger Haut verbessern.	Kosmetika
Hilft die Luft zu erfrischen und vertreibt unangenehme Gerüche.	Kosmetika
Kann dazu beitragen, kleine Linien und Fältchen zu kaschieren, und so für ein jugendlicheres Aussehen sorgen.	Kosmetika
Ein köstliches Getränk.	Nahrungsmittel
Der perfekte Snack.	Nahrungsmittel
Das Produkt ist eine Quelle von ...	Nahrungsergänzung

Dazu bieten die Young Living-Kosmetikprodukte eine Vielzahl an Anwendungsmöglichkeiten, über die man sprechen kann.

Zulässige Produktanwendungen

- Für Massagen nach körperlicher Aktivität.
- Als belebender, energispendender Duft zum Inhalieren.
- Immer griffbereit zur Anwendung während des Trainings im Fitnessstudio.
- Einige Tropfen ins Badewasser am Abend sorgen für Entspannung.
- Eine wohltuende Streicheleinheit nach körperlicher Aktivität.
- Als Bestandteil Ihrer täglichen Hautpflege erhöht es die Attraktivität und das Erscheinungsbild Ihrer Haut.
- Wird bei Meditationen zur Erhöhung der Spiritualität eingesetzt.
- Für gesund aussehendes Haar in die Kopfhaut einmassieren.
- Zur Erfrischung der Luft und gegen unangenehme Gerüche in und außerhalb von Räumen mittels Diffusor vernebeln.
- Als Parfum oder Eau de Cologne verwendet sorgt es für Erfrischung und Inspiration.
- Verleiht Ihrer Wäsche einen angenehmen Duft.

WIE SIE YOUNG LIVING (RECHTLICH) RICHTIG PRÄSENTIEREN

Was Sie vermeiden sollten

Machen Sie keine gesundheitsbezogenen Angaben zu Young Living-Produkten, die nicht am Produktetikett angeführt sind. Alle Produktaussagen müssen wahrheitsgemäß, nicht irreführend und wissenschaftlich belegt sein.

Machen Sie in Bezug auf ätherische Öle oder Nahrungsmittel niemals eine Aussage oder Andeutung, dass unsere Produkte zur Heilung, Linderung oder Vorbeugung von Krankheitssymptomen oder Verletzungen geeignet sind. Solche „krankheitsbezogenen Aussagen“ gelten als medizinische Aussagen. Hier ein paar Beispiele für Zustände, die allgemein als Krankheit betrachtet werden: Erkältung, Grippe, Krebs, Diabetes, Arthritis, Osteoporose, Herzattacken, HIV, Bluthochdruck, hohe Cholesterinwerte, Allergien, Karies, Impotenz, Krampfanfälle, Asthma, Aufmerksamkeitsdefizitsyndrom, Geschwüre, Verbrennungen, Schürfwunden, Narben, Kopfläuse, Adipositas, Angstzustände und Depression. Diese Liste könnte man natürlich noch beliebig verlängern.

Egal wie viel Erfolg Sie Ihrer Meinung nach mit einem Young Living-Produkt beim Kampf gegen eine Krankheit in Ihrer Familie gehabt haben – legen Sie bei einer Präsentation des Produkts nicht zu viel Augenmerk darauf. Persönliche Erfahrungen ersetzen keine wissenschaftlichen Studien; und wenn Sie diese im Geschäftsumfeld weitergeben, können sie – egal wie bedeutsam sie auch sind – als krankheitsbezogene oder medizinische Aussagen gewertet werden.

Sagen Sie niemals, dass unsere Produkte zur Heilung von Krankheiten geeignet sind, auch ohne eine bestimmte Krankheit zu nennen. Es gibt viele Möglichkeiten, darauf hinzuweisen, dass Young Living-Produkte Krankheiten heilen, lindern oder vorbeugen können. Bei der Abwägung, ob eine Werbeaussage eine krankheitsbezogene Aussage enthält, achten die Gesetzgeber auf die objektive Absicht dahinter. Hier einige Beispiele für Aussagen, die auf unzulässige Art krankheitsbezogene Aussagen implizieren:

<i>Unzulässige krankheitsbezogene Aussage</i>	<i>Implizit angesprochene Krankheit</i>	<i>Zulässige Aussage</i>
Hilft bei drückenden Schmerzen in der Brust	Angina oder Herzattacke	Hilft bei der Erhaltung eines gesunden Kreislaufsystems
Trägt zur Erleichterung bei einem Gefühl der Verzweiflung bei	Depression	Biotin trägt zu normalen psychischen Funktionen bei
Verhindert den Gewichtsverlust bei Menschen mit einem geschwächten Immunsystem	AIDS	Zink trägt zur normalen Funktion des Immunsystems bei
Verbessert die Beweglichkeit der Gelenke und reduziert Gelenkentzündungen und -schmerzen	Gelenkrheumatismus	Fördert in Kombination mit einer Massage die normale Beweglichkeit
Antibiotisch	Infektiöse Erkrankungen	Zink trägt zur normalen Funktion des Immunsystems bei

WIE SIE YOUNG LIVING (RECHTLICH) RICHTIG PRÄSENTIEREN

Vermeiden Sie Aussagen, wonach Young Living-Produkte Krankheitssymptome oder bestimmte Arten von Krankheiten behandeln, auch in der Alltagssprache (nicht nur mit Fachausdrücken). Hier einige Beispiele:

<i>Unzulässige, implizite krankheitsbezogene Aussage</i>	<i>Warum die Aussage unzulässig ist</i>	<i>Zulässige Aussage</i>
Hilft das Cholesterin zu senken ODER Fördert den Cholesterinabbau	Das Senken und der Abbau von Cholesterin implizieren krankheitsbezogene Aussagen in Verbindung mit einem erhöhten Cholesterinwert.	Folsäure trägt zu einer normalen Blutbildung bei
Für Gelenksschmerzen	Gelenksschmerzen werden weithin als typisches Symptom von Arthritis gesehen.	Unterstützt in Kombination mit einer Massage die Mobilität und Erholung nach körperlicher Aktivität Kalzium ist notwendig zur Erhaltung einer normalen Knochenstruktur
Verhindert Knochenbrüchigkeit bei Frauen nach der Menopause	Impliziert die Prävention von Osteoporose	Kalzium ist notwendig zur Erhaltung einer normalen Knochenstruktur Vitamin D trägt zur Erhaltung einer normalen Knochenstruktur bei
Verhindert Gedächtnisverlust	Bezieht sich auf die Prävention der Alzheimer-Krankheit	Kalzium trägt zu einer normalen Neurotransmission bei Zink trägt zur Erhaltung der kognitiven Funktionen bei

Manche Arzneimittelklassen werden so stark mit der Heilung oder Vorbeugung von Krankheiten assoziiert, dass eine Aussage über die Zugehörigkeit eines Produkts zu dieser Klasse andeutet, dass dieses Produkt ebenfalls diese Krankheiten heilt oder vorbeugt. Einige Beispiele:

<i>Unzulässige Produktklasse</i>	<i>Warum sie unzulässig ist</i>	<i>Zulässige Aussage</i>
Antibiotika	Antibiotika gelten allgemein als verschreibungspflichtige Medikamente.	Zink trägt zur normalen Funktion des Immunsystems bei
Anti-Adipositas-Produkte	Adipositas gilt als Krankheit.	Unterstützt ein gesundes Gewichtsmanagement und Ernährungsprogramme Unterstützt gesundheitsbewusste Ernährungsentscheidungen
Entzündungshemmend	Aussagen über Entzündungen stehen in starkem Zusammenhang mit schweren Magen-Darm-Erkrankungen und anderen Störungen.	Kann die natürliche Antwort des Körpers bei Entzündungen unterstützen
Generelle Aussagen zur Prävention von Krankheiten	Aussagen, wonach ein Produkt das Auftreten einer Krankheit verhindern kann, sind krankheitsbezogene Aussagen und daher unzulässig.	Verwenden Sie stattdessen die in Europa autorisierten gesundheitsbezogenen Aussagen

WIE SIE YOUNG LIVING (RECHTLICH) RICHTIG PRÄSENTIEREN

Hier noch einige Beispiele für zulässige Produktklassen:

<i>Zulässige Produktklasse</i>	<i>Warum sie zulässig ist</i>
Kosmetika	Zulässig, wenn sich die Aussage nur auf die Anwendung des Produkts auf der Haut auf Kosmetika bezieht. Kosmetische Aussagen sind zulässig für die Anwendung von Produkten in Bezug auf das Erscheinungsbild der Haut.
Aromate	Bezieht sich auf die Anwendung von Produkten als Lufterfrischer oder -reiniger. Aromatische Aussagen eignen sich im Zusammenhang mit dem direkten Inhalieren des Produkts bzw. dem Inhalieren über einen Diffusor.
Nahrungsergänzungen	Bestimmte gesundheits- und ernährungsbezogene Aussagen. In Kombination mit einer bestimmten gesundheitsbezogenen Aussage: Aussagen zum Wohlbefinden in Zusammenhang mit der allgemeinen Gesundheit.

Vermeiden Sie Aussagen, die andeuten, dass ein Produkt ein verschreibungspflichtiges oder frei verkäufliches Medikament ersetzen könnte oder einer Medikamentenklasse angehört. Einige Beispiele:

<i>Unzulässige Aussage zum Ersatz eines Medikaments</i>	<i>Warum sie unzulässig ist</i>
Natürliches Prozac	Behauptet, dass ein Produkt ein Ersatz für ein Medikament zur Behandlung von Depressionen ist
Kräuter-Viagra	Behauptet, dass das Produkt Erektionsstörungen behandelt.
Aussagen wie „Ersetzen Sie Ihre verschreibungspflichtigen Medikamente mit dem Produkt X oder Medizinschrank Y“	Derartige Aussagen behaupten, dass Produkte verschreibungspflichtige oder frei verkäufliche Medikamente zur Behandlung von Krankheiten ersetzen können.
Enthält das bisher nur in verschreibungspflichtigen Medikamenten enthaltene Präparat Z.	Eine Zutat, die als Arzneimittel geregelt und den Konsumenten zur Behandlung und Vorbeugung von Krankheiten bekannt ist

Vermeiden Sie Aussagen, wonach unsere Produkte eine Behandlung oder Therapie (auch Aromatherapie) unterstützen oder verbessern. Machen Sie keine Andeutungen, dass ein Produkt eine sinnvolle Ergänzung einer medizinischen Therapie ist oder unerwünschte Nebenwirkungen einer Krankheit behandelt oder vorbeugt, wenn diese Nebenwirkungen zu diesem Krankheitsbild gehören. Einige Beispiele:

<i>Unzulässige Aussage zu medizinischen Therapien</i>	<i>Warum sie unzulässig ist</i>
Verwenden Sie es als Teil Ihrer Ernährung bei der Einnahme von Insulin zur Unterstützung eines gesunden Blutzuckerspiegels.	Die Bezugnahme auf Insulin deutet an, dass das Produkt bei der Behandlung von Diabetes helfen soll.
Hilft bei der Stimulierung des Immunsystems während einer Chemotherapie.	Die Bezugnahme auf die Chemotherapie deutet an, dass das Produkt bei der Behandlung von Krebs helfen soll.
Hilft Personen, die Antibiotika einnehmen, bei der Erhaltung einer gesunden Darmflora.	Das ist eine implizite Aussage zu einer Entzündungserkrankung. Manche Antibiotika können aufgrund der Unterdrückung der normalen Darmflora einen starken Anstieg krankheitserregender Organismen im Darm verursachen.

WIE SIE YOUNG LIVING (RECHTLICH) RICHTIG PRÄSENTIEREN

Weitere Aussagen, die man vermeiden sollte

Andeutungen, dass die Gesundheit durch das Nichtverwenden eines Nahrungsmittels beeinträchtigt werden könnte. Solche Aussagen („Structure/Function Claims“) sind in Zusammenhang mit allen aktuellen Produkten von Young Living Europe unzulässig. Hier einige Beispiele für unzulässige Structure/Function Claims:

Aussagen, die auf eine prozentuelle oder absolute Gewichtsreduktion anspielen.

Aussagen, die behaupten oder andeuten, dass eine ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung insgesamt nicht genügend Nährstoffe zur Verfügung stellt.

Aussagen, die sich auf die Empfehlungen einzelner Ärzte oder Gesundheitspraktiker beziehen.

Andeutungen auf Veränderungen von Körperfunktionen, die Ängste bei Menschen hervorrufen oder ausnützen.

Aussagen über einen ernährungsphysiologischen oder gesundheitlichen Vorteil eines Produkts, die Zweifel an der Sicherheit oder Ernährungstauglichkeit eines anderen Produkts hervorrufen können.

Haftungsausschluss: Dieses Material dient ausschließlich für Schulungszwecke und sollte als Richtlinie betrachtet werden. Die hierin angeführten Beispiele enthalten keine erschöpfende Auflistung aller zulässigen und unzulässigen Aussagen. Dieses Dokument stellt keine Rechtsberatung durch Young Living dar. Bitte konsultieren Sie Ihre persönliche Rechtsberatung bezüglich der Anwendung der in diesem Dokument enthaltenen Informationen.