

Bier doch nicht "vitalisierend"

"Vitalisierend" – mit diesem Wortspiel hatte der Boxer Vitali Klitschko ein alkoholfreies Bier beworben. Nun hat das Oberlandesgericht Hamm entschieden, dass diese Werbeaussage der Brauerei so nicht zulässig war.

Die Brauerei Warsteiner hatte im Jahr 2013 ihr alkoholfreies Bier auf den Rückenetiketten und den Verpackungen der sog. Sixpacks mit den Angaben "vitalisierend", "erfrischend" und "isotonisch" beworben und auf den Flaschenetiketten die Boxer-Brüder Vitali und Wladimir Klitschko abgebildet.

Ein Verbraucherschutz-Verband hatte die Werbung mit dem Begriff "vitalisierend" für unzulässig gehalten und auf Unterlassung geklagt, weil sie gesundheitsbezogen sei und die Brauerei ihr keine spezielle gesundheitsbezogene Angabe beigefügt habe.

Entscheidung des Gerichts

Unter Abänderung des erstinstanzlichen Urteils des LG Arnsberg (wir hatten berichtet) hat das [OLG Hamm mit Urteil vom 20.05.2014 - Az. 4 U 19/14](#) entschieden, dass die Privatbrauerei ihr alkoholfreies Bier nicht mit der Angabe "vitalisierend" bewerben durfte, weil dieser Werbeaussage keine spezielle gesundheitsbezogene Angabe beigefügt worden war.

Der Begriff "vitalisierend" sei eine sog. unspezifische gesundheitsbezogene Angabe im Sinne der europäischen Health-Claims Verordnung (welche insbesondere im Rahmen von Werbeaussagen für Lebensmittel zu beachten ist, die gesundheitsbezogene Angaben enthalten).

Der Bezug zur Gesundheit ergebe sich bereits aus dem Wortsinn. "Vitalisieren" stehe für "beleben" und "anregen". Da das Adjektiv "vitalisierend" für den Verbraucher eine Verbesserung des Gesundheitszustandes zum Ausdruck bringe, suggeriere die Brauerei damit, dass der Konsum ihres alkoholfreien Bieres tatsächlich eine Verbesserung des Gesundheitszustandes bewirke.

Die Angabe "vitalisierend" sei zudem unspezifisch im Sinne der Health-Claims Verordnung, weil sie sich nicht auf eine bestimmte zu fördernde Körperfunktion beziehe.

Derartige gesundheitsbezogene Angaben seien jedoch nur zulässig, wenn ihnen eine zugelassene gesundheitsbezogene Angabe beigefügt sei.

Da dies nicht der Fall war, verstoße die Werbung gegen die Health-Claims Verordnung und sei - nach Ansicht des Gerichts - insoweit unzulässig gewesen.

Dem stehe, so das Gericht, auch nicht entgegen, dass der Ausdruck „vitalisierend“ auch in



Verbindung mit dem Werbeträger Vitali Klitschko verstanden werden könne.

Fazit

Ob die Brauerei das Urteil akzeptiert oder Revision zum BGH einlegt, bleibt abzuwarten.

Gleichwohl zeigt das Urteil einmal mehr, dass die Health-Claims Verordnung auch einer guten Werbeidee Grenzen setzen kann – zumindest dann, wenn durch die Werbung zum Ausdruck kommt, dass das beworbene Produkt gut für die Gesundheit ist, gleichzeitig aber die Vorgaben der Verordnung nicht erfüllt sind.