

## **Bier ist nicht bekömmlich!**

**Darf eine Brauerei ihre Biere als "bekömmlich" bezeichnen oder steckt in dieser Werbeaussage eine gesundheitsbezogene Angabe, welche den Verkehr über einen positiven Gesundheitsbezug des alkoholischen Getränkes täuscht? Diese Rechtsfrage hatte das Landgericht Ravensburg zu entscheiden.**

Ein Verband zur Förderung gewerblicher Interessen stritt sich mit einer oberschwäbischen Brauerei um die Zulässigkeit der von dem Unternehmer verwendeten Werbeaussage, seine Biere seien „bekömmlich“. Der Verband hielt diese Werbeaussage für wettbewerbswidrig, da "bekömmlich" einen Gesundheitsbezug suggeriere, welche als gesundheitsbezogene Angaben bei alkoholischen Getränken mit einem Alkoholgehalt von über 1,2 Vol.% gesetzlich verboten sei.

Im Rahmen eines Verfahrens des Einstweiligen Rechtsschutzes wurde die Rechtsauffassung des Verbandes bestätigt und eine Einstweilige Verfügung erlassen, welche die Brauerei verpflichtete, es zu unterlassen, ihre Biere als "bekömmlich" zu bewerben.

Gegen diese Entscheidung wehrte sich die Brauerei.

### **Entscheidung des Gerichts**

Das Landgericht Ravensburg teilt mit [Pressemitteilung vom 25.08.2015](#) mit, dass Biere werblich nicht mit "bekömmlich" bezeichnet werden dürfen, entsprechende Werbeaussagen daher zu unterlassen seien.

Die Entscheidung wurde damit begründet, dass die Werbeaussage gegen eine EG-Verordnung verstoße, welche gesundheitsbezogene Angaben zu Bier mit einem Alkoholgehalt von über 1,2 Vol.% verbiete. Dabei sei das Kriterium des Gesundheitsbezugs bereits gegeben, wenn ein Zusammenhang des Lebensmittels mit der Gesundheit suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht werde.

Das Wort „bekömmlich“ bringe in seiner Hauptbedeutung die Verträglichkeit für den Körper und seine Funktionen zum Ausdruck und weise damit objektiv - unabhängig von weiteren Erläuterungen - Gesundheitsbezug auf.

### **Fazit**

Der Verstoß gegen geltende Gesetze stellt zumeist eine Verletzung des Wettbewerbsrechts dar, welche zu unterlassen ist. Leider ist eine Abgrenzung zwischen Angaben mit Gesundheitsbezug und Angaben zum allgemeinen Wohlbefinden fließend, so dass man zur



Vermeidung von wettbewerbsrechtlichen Streitigkeiten kaum umhin kommt, sich rechtlich beraten zu lassen, um keine bösen Überraschungen mit dem gut gemeinten Werbeversprechen zu erleben.