

## Bier darf nicht bekömmlich sein

**Eine Brauerei darf nicht mit dem Begriff "bekömmlich" für ihre alkoholhaltigen Biersorten werben. Auch das OLG Stuttgart sah in der Werbeaussage eine gesundheitsbezogene Angabe und hat die Entscheidung des LG Ravensburg bestätigt.**

Die Brauerei mit Sitz im Allgäu bewarb drei ihrer Biersorten mit einem Alkoholgehalt von 2,9% bis 5,1 % mit dem Begriff "bekömmlich". Ein Verband zur Förderung gewerblicher Interessen sah darin eine gesundheitsbezogene Angabe, die bei Getränken mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2% verboten sind. Dieser Auffassung folgte auch das erstinstanzliche Gericht ([wir berichteten](#)).

Die Brauerei hielt den Begriff "bekömmlich" allerdings nicht für eine gesundheitsbezogene Angabe, sondern für eine Darstellung der Genusswürdigkeit, insbesondere der geschmacklichen Aspekte, der beworbenen Biersorten. Daher hat die Brauerei gegen die Entscheidung des erstinstanzlichen Gerichts Berufung eingelegt.

### Entscheidung des Gerichts - Bier ist nicht bekömmlich

Mit Urteil vom 03.11.2016 (2 U 37/16) hat das OLG Stuttgart ([Pressemitteilung vom 03.11.2016](#)) die Entscheidung des LG Ravensburg bestätigt und die Brauerei zur Unterlassung entsprechender Werbung verpflichtet.

Unter Bezugnahme auf die Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union ist das Gericht davon ausgegangen, dass Angaben zu alkoholischen Getränken frei von jeder Mehrdeutigkeit sein müssen. Ein Gesundheitsbezug sei auch dann zu bejahen, wenn mit einer Angabe impliziert werde, dass negative oder schädliche Auswirkungen auf die Gesundheit, die normalerweise mit dem Konsum verbunden sind, bei dem beworbenen Produkt fehlen oder geringer ausfallen.

Nach den gängigen Wörterbüchern sei „bekömmlich“ gleichzusetzen mit „zutraglich“, „leicht verdaulich“ oder „gesund“. Auch der Begriff „zutraglich“ schließe nicht nur ein allgemeines Wohlbehagen ein, sondern sei im Sinne eines „Langzeitversprechens“ zu verstehen, dass das beworbene Lebensmittel auch bei längerem Konsum in keiner Weise schade. Dass manche Konsumenten die Brauerei mit dem Werbespruch „Wohl bekomm’s“ in Verbindung brächten, schränke den Aussagegehalt nicht ein. „Wohl bekomm’s“ sei – im Sinne eines Trinkspruchs – ein Wunsch, „bekömmlich“ dagegen ein Versprechen.

### Fazit

Werbung für alkoholische Getränke darf keine gesundheitsbezogenen Angaben enthalten. Ob eine Aussage gesundheitsbezogen ist, hängt von deren allgemeinem Verständnis ab. Im Falle des Begriffs "bekömmlich" waren sich die Gerichte über den Gesundheitsbezug bislang einig. Das OLG Stuttgart hat die Revision zum BGH zugelassen, sodass abzuwarten bleibt, ob auch



der BGH dieser Auffassung folgt.