

Bekömmliches Bier unzulässig?

Alkoholhaltiges Bier darf nicht mit dem Zusatz "bekömmlich" beworben werden. Auch der BGH hat nunmehr bestätigt, dass es sich hierbei um eine gesundheitsbezogene Angabe handelt.

Die Allgäuer Härle-Brauerei wirbt seit den 1930er Jahren mit dem Slogan "Wohl bekomms!". Sie hat Biersorten mit einem Alkoholgehalt von 2,9 % bis 5,1 % auf ihrer Internetseite als "bekömmlich" beworben.

Ein Verbraucherschutzverband sah darin eine gesundheitsbezogene Angabe. In den ersten beiden Instanzen wurde diese Auffassung bestätigt. 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 ([wir berichteten](#)).

Dies hat nunmehr auch der BGH bestätigt.

Entscheidung des BGH - "bekömmlich" in einer Bierwerbung unzulässig

Mit Urteil vom 17. Mai 2018 – I ZR 252/16 (vgl. [Pressemitteilung 93/19](#)) hat der BGH die Revision der Brauerei zurückgewiesen und entschieden, dass die Verwendung des Begriffs "bekömmlich" in einer Bierwerbung unzulässig ist.

Bei alkoholischen Getränken mit mehr als 1,2 Volumenprozent seien gesundheitsbezogene Angaben nicht nur in der Etikettierung der Produkte, sondern auch in der Werbung für diese Getränke verboten. Eine "gesundheitsbezogene Angabe" liege vor, wenn mit der Angabe eine Verbesserung des Gesundheitszustands dank des Verzehrs eines Lebensmittels versprochen wird. Eine Angabe sei aber auch dann gesundheitsbezogen, wenn mit ihr zum Ausdruck gebracht werde, der Verzehr des Lebensmittels habe auf die Gesundheit keine schädlichen Auswirkungen, die in anderen Fällen mit dem Verzehr eines solchen Lebensmittels verbunden sein können.

Der Begriff "bekömmlich" werde durch die angesprochenen Verkehrskreise als "gesund", "zuträglich" und "leicht verdaulich" verstanden. Er bringe bei einer Verwendung für Lebensmittel zum Ausdruck, dass dieses im Verdauungssystem gut aufgenommen und - auch bei dauerhaftem Konsum - gut vertragen werde. Dieser Begriff werde auch im Zusammenhang der beanstandeten Werbung so verstanden. Der Werbung ließe sich nicht entnehmen, dass mit dem Begriff "bekömmlich" nur der Geschmack des Bieres beschrieben werden soll.

Fazit

Auch der BGH hat nunmehr abschließend bestätigt, dass der Begriff "bekömmlich" im



Zusammenhang mit Bierwerbung eine unzulässige gesundheitsbezogene Angabe darstellt. Nachdem die Brauerei hier gerade nicht ausdrücklich darauf hingewiesen hat, dass sich die Werbeaussage auf den Geschmack des Bieres bezogen hat, konnte sie mit dieser Argumentation letztlich auch nicht den BGH überzeugen.