

Bier darf nicht mit der Angabe „bekömmlich“ beworben werden

Karlsruhe (sn) **Der BGH entschied, dass die Verwendung des Wortes „bekömmlich“ nicht nur auf Bieretiketten, sondern auch in der Werbung eine nach Art. 4 Abs. 3 UAbs. 1 VO 2006/1924/EG (HCVO) unzulässige Angabe darstelle. Nach dieser Vorschrift dürfen Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent keine gesundheitsbezogenen Angaben tragen. (Az.: I ZR 252/16)**

Der BGH urteilte über die Revision der Brauerei Härle aus Leutkirch im Allgäu, die seit den 1930er-Jahren ihr Bier mit dem Slogan „Wohl bekomm‘s“ vertreibt und ihr Bier in Anzeigen als „bekömmlich“ bezeichnet. Der BGH entschied auch in dritter Instanz zugunsten des klagenden Verbandes Sozialer Wettbewerb, der Härle auf Unterlassung der Aussage und Ersatz der Abmahnkosten in Anspruch nahm.

Es handele sich bei der Bezeichnung als „bekömmlich“ um eine gesundheitsbezogene Angabe im Sinne des Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO. Dafür genüge nämlich bereits, dass 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 könnten. Nach der den BGH als bloße Rechtskontrollinstanz bindenden Tatsachenfeststellung des Berufungsgerichts werde der Begriff „bekömmlich“ durch die angesprochenen Verkehrskreise als „gesund“, „zutraglich“ und „leicht verdaulich“ verstanden. Er bringe bei einer Verwendung für Lebensmittel zum Ausdruck, dass diese im Verdauungssystem gut aufgenommen und – auch bei dauerhaftem Konsum – gut vertragen würden. Das gleiche Verständnis löse der Gebrauch im Zusammenhang der beanstandeten Werbung aus. Damit widersprach der BGH der Ansicht Härles, wonach die Verwendung des Begriffs lediglich eine Qualitätsaussage mit langer Tradition sei. Der Werbung lasse sich gerade nicht entnehmen, dass mit dem Begriff „bekömmlich“ nur der Geschmack des Bieres beschrieben werden solle.

Hinsichtlich der konkreten Verwendung der Aussagen in der Werbung und nicht als Etikettenaufdruck sprach der BGH aus, dass auch das Werben vom Verwendungsverbot des Art. 4 Abs. 3 UAbs. 1 HCVO erfasst sei.