

Weinhändler müssen ihre Werbung überarbeiten

Deutsche Winzer haben sich ein besonderes Verfahren zur natürlichen Säurereduktion im Wein überlegt und diesen dann mit "bekömmlich" beworben. Dies wurde zunächst von den deutschen Behörden verboten. Der EuGH hat dieses Verbot nun bestätigt. Das Urteil hat auch Bedeutung für Händler, da diese auch im Shop nicht mehr mit "bekömmlich" in Verbindung mit Wein werben dürfen.

Lesen Sie mehr zu der Entscheidung.

Eine Winzergenossenschaft aus Deutschland vermarktete Weine verschiedener Rebsorten. Auf den Etiketten stand teilweise:

„Zum milden Genuss wird er durch Anwendung unseres besonderen LO3-Schonverfahrens zur biologischen Säurereduzierung.“

Die Halsschleife der Weinflaschen trug den Aufdruck „Edition Mild bekömmlich“ und im Preisverzeichnis wurde der Wein als „Edition Mild - sanfte Säure/bekömmlich“ bezeichnet.

An der Bezeichnung "bekömmlich" störten sich die deutschen Kontrollbehörden. Dies sei eine gesundheitsbezogene Angabe, welche in Verbindung mit der Werbung für alkoholische Getränke verboten sei.

Die Winzergenossenschaft legte daher Klage ein, um feststellen zu lassen, dass sie ihren Wein weiterhin als "bekömmlich" bezeichnen durfte. In erster und zweiter Instanz scheiterte sie mit ihrem Vorhaben.

Das Bundesverwaltungsgericht legte sodann die Frage dem EuGH zur Vorabentscheidung vor:

„Erfordert der Gesundheitsbezug einer Angabe im Sinne des Art. 4 Abs. 3 Satz 1 in Verbindung mit Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 oder des Art. 10 Abs. 3 der Verordnung Nr. 1924/2006 eine positive ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung, die auf eine nachhaltige Verbesserung des körperlichen Zustands abzielt, oder reicht auch eine vorübergehende, namentlich auf die Zeitspanne der Aufnahme und Verdauung des Lebensmittels beschränkte Wirkung aus?“

Gesundheitsbezogene Angabe

Der EuGH (Urt. v. 6.9.2012, C-544/10) beschäftigte sich also damit, ob das Wort "bekömmlich" eine gesundheitsbezogene Angabe ist.

Das BVerwG wollte wissen, ob dies nur der Fall ist, ob eine gesundheitsbezogene Angabe erst dann anzunehmen sei, wenn längerfristige, nachhaltige Auswirkungen auf den körperlichen Zustand oder die Befindlichkeit angesprochen würden und nicht bloß flüchtige Einwirkungen auf Stoffwechselvorgänge, die den eigentlichen Gesundheitszustand unberührt ließen.

Der EuGH schätzt diesen Punkt wie folgt ein:

„Im vorliegenden Fall suggeriert die streitige Angabe, dass der fragliche Wein aufgrund eines reduzierten Säuregehalts gut an die Verdauung angepasst oder leicht verdaulich ist. Der Wein soll also eine positive ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung haben.

Es steht fest, dass sich die Verdauung, da sie mit der punktuellen Aufnahme eines

Lebensmittels in Zusammenhang steht, als ein definitionsgemäß zeitlich beschränkter physiologischer Vorgang darstellt, der nur vorübergehende oder flüchtige Auswirkungen hat. [...]

Wie sich nämlich aus der Zusammenschau der Erwägungsgründe 1 und 10 der Verordnung Nr. 1924/2006 ergibt, ist anerkannt, dass Angaben auf Lebensmitteln, mit denen diese beworben werden, durch den Hinweis auf einen nährwertbezogenen, physiologischen oder anderweitigen gesundheitlichen Vorteil gegenüber ähnlichen Produkten eine Lenkungswirkung auf die Entscheidungen der Verbraucher haben.

Diese Entscheidungen beeinflussen unmittelbar die Gesamtmenge der verschiedenen Nährstoffe oder anderen Substanzen, für deren Aufnahme sich die Verbraucher entscheiden, und rechtfertigen somit die durch die genannte Verordnung auferlegten Beschränkungen hinsichtlich der Verwendung dieser Angaben.

Daher sind für die vorliegenden Zwecke sowohl die vorübergehenden und flüchtigen Auswirkungen als auch die kumulativen Auswirkungen des wiederholten und längerfristigen Verzehrs eines bestimmten Lebensmittels auf den körperlichen Zustand zu berücksichtigen.

Im vorliegenden Fall impliziert die streitige, eine leichte Aufnahme und Verdaulichkeit des Weins suggerierende Bezeichnung u. a., dass das Verdauungssystem, also ein Teil des menschlichen Körpers, darunter nicht oder wenig leidet und dass der Zustand dieses Systems selbst bei wiederholtem, also in größeren Mengen und langfristig erfolgreichem Verzehr verhältnismäßig gesund und intakt bleibt, weil dieser Wein sich durch einen reduzierten Säuregehalt auszeichnet.

Damit ist die fragliche Angabe geeignet, eine nachhaltige positive physiologische Wirkung zu suggerieren, die in der Erhaltung des Verdauungssystems in gutem Zustand besteht, während für andere Weine unterstellt wird, dass sie bei häufigerem Verzehr nachhaltige negative Auswirkungen auf das Verdauungssystem und folglich auf die Gesundheit haben.“

Der EuGH antwortet deshalb auf die Frage des Bundesverwaltungsgerichts:

“Art. 4 Abs. 3 Unterabs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel in der zuletzt durch die Verordnung (EU) Nr. 116/2010 der Kommission vom 9. Februar 2010 geänderten Fassung ist dahin auszulegen, dass der Begriff „gesundheitsbezogene Angabe“ eine Bezeichnung wie „bekömmlich“, verbunden mit dem Hinweis auf einen reduzierten Gehalt an Stoffen, die von einer Vielzahl von Verbrauchern als nachteilig angesehen werden, umfasst.“

Oder kurz gesagt

Wein darf nicht mit dem Wort “bekömmlich” beworben werden.

Werbung im Online-Shop

Das Verbot betrifft nicht nur die Bezeichnungen auf dem Etikett. Vielmehr dürfen alkoholische Getränke insgesamt nicht mit gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden. Dies gilt also auch für die Produktdarstellung im Online-Shop.

Die Missachtung dieses Verbotes stellt auch eine wettbewerbswidrige Handlung dar und kann entsprechend abgemahnt werden.

Fazit

Eine Verbraucherbefragung zum Verständnis des Wortes “bekömmlich” wäre sicher zu einem anderen Ergebnis gekommen als der EuGH. Bei allem Unverständnis für dieses Urteil, müssen sich die Händler dennoch daran halten und ihre Produktpräsentation um Wörter wie “bekömmlich” oder auch ähnliche andere “gesundheitsbezogene Angaben” bereinigen. (mr)