



# Hinweisblatt zum Handel mit Alkoholika

## 1. Preisangabe

Bei der Werbung für Alkoholika unter Nennung von Preisen sowie beim Handel mit Alkoholika sind die Preise einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile anzugeben.

Das bedeutet:

- Anzugeben ist, dass die geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile bereits enthalten („**inkl. MwSt.**“).
- Anzugeben ist, ob und **in welcher Höhe** zusätzliche Fracht-, Liefer- und **Versandkosten** oder sonstige Kosten anfallen.

## 2. Grundpreise

Es ist § 2 der Preisangabenverordnung (**PAngV**) zu beachten. Dieser regelt:

„Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet, hat neben dem Gesamtpreis auch den Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Grundpreis) in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises gemäß Absatz 3 Satz 1, 2, 4 oder 5 anzugeben. Dies gilt auch für denjenigen, der als Anbieter dieser Waren gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt...“

Das bedeutet:

In unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises ist der Preis pro Mengeneinheit (sog. Grundpreis je Liter) anzugeben.

### Die Angabe des Grundpreises ist nicht erforderlich:

- bei Alkoholika, die über ein Nennvolumen von weniger als 10 Milliliter verfügen;
- bei Produktbundles/-sets, die verschiedenartige Erzeugnisse enthalten, die nicht miteinander vermischt oder vermengt sind (z.B. Präsentkorb).
- wenn der Grundpreis mit dem Gesamtpreis identisch ist.

## 3. Jugendschutz

Beim Handel mit Alkoholika ist § 9 Jugendschutzgesetz (JuSchG) zu beachten. Dieser regelt:

„(1) In Gaststätten, Verkaufsstellen oder sonst in der Öffentlichkeit dürfen

1. Bier, Wein, weinähnliche Getränke oder Schaumwein oder Mischungen von Bier, Wein, weinähnlichen Getränken oder Schaumwein mit nichtalkoholischen Getränken an Kinder und Jugendliche unter 16 Jahren,

2. andere alkoholische Getränke oder Lebensmittel, die andere alkoholische Getränke in nicht nur geringfügiger Menge enthalten, an Kinder und Jugendliche weder abgegeben noch darf ihnen der Verzehr gestattet werden.

(2) Absatz 1 Nummer 1 gilt nicht, wenn Jugendliche von einer personensorgeberechtigten Person begleitet werden.

(3) In der Öffentlichkeit dürfen alkoholische Getränke nicht in Automaten angeboten werden. Dies gilt nicht, wenn ein Automat

1. an einem für Kinder und Jugendliche unzugänglichen Ort aufgestellt ist oder

2. in einem gewerblich genutzten Raum aufgestellt und durch technische Vorrichtungen oder durch ständige Aufsicht sichergestellt ist, dass Kinder und Jugendliche alkoholische Getränke nicht entnehmen können (...).

(4) Alkoholhaltige Süßgetränke im Sinne des § 1 Abs. 2 und 3 des Alkopopsteuergesetzes dürfen gewerbsmäßig nur mit dem Hinweis „Abgabe an Personen unter 18 Jahren verboten, § 9 Jugendschutzgesetz“ in den Verkehr gebracht werden. Dieser Hinweis ist auf der Fertigpackung in der gleichen Schriftart und in der gleichen Größe und Farbe wie die Marken- oder Phantasienamen oder, soweit nicht vorhanden, wie die Verkehrsbezeichnung zu halten und bei Flaschen auf dem Frontetikett anzubringen.“

Gemäß § 9 JuSchG dürfen Bier, Wein, weinähnliche Getränke und Schaumwein sowie Mischungen mit diesen<sup>1</sup> an Kinder<sup>2</sup> und Jugendliche<sup>3</sup> unter 16 Jahren – **nicht abgegeben** werden. Andere alkoholische Getränke<sup>4</sup> dürfen an Personen unter 18 **nicht abgegeben** werden.

### Auch Online-Händler haben diese Verbote zu beachten.

Ob nach § 9 JuSchG in der derzeitigen Fassung im Versand- und Online-Handel eine Altersverifikation zu erfolgen hat, ist seit längerer Zeit umstritten. In einem Urteil des LG Bochum Urteil vom 23.01.2019 (Az.: I-13 O 1/19) wurde nunmehr entschieden, dass auch Onlinehändler verpflichtet sind, besondere Prüf- und Sicherheitsvorkehrungen (z.B. Durchführung eines Schufa-basierten Altersverifikationsverfahren vor Bestellung) beim Handel mit Alkoholika zu treffen.

---

<sup>1</sup> Schaumwein: in der Regel einen durch Gärung entstandenen Alkoholgehalt von über 1,2 Volumenprozent bis 15 Volumenprozent ; Wein: durch Gärung entstanden Alkoholgehalt von über 1,2 Volumenprozent bis maximal 18 Volumenprozent hat ([https://www.blja.bayern.de/imperia/md/content/blvf/bayerlandesjugendamt/mitteilungsblatt/abschied\\_vom\\_branntwein.pdf](https://www.blja.bayern.de/imperia/md/content/blvf/bayerlandesjugendamt/mitteilungsblatt/abschied_vom_branntwein.pdf)).

<sup>2</sup> Kinder = Personen unter 14 Jahren.

<sup>3</sup> Jugendliche = Personen zwischen 14 und 18 Jahren.

<sup>4</sup> Unter „andere alkoholische Getränke“ fallen alle alkoholhaltigen Getränke, die gegärt und anschließend destilliert worden sind. Dazu gehören Weinbrand, Korn, Rum, Whisky, Likör, Magenbitter etc. (<https://www.jugendschutz-aktiv.de/informationen-fuer-gewerbetreibende-und-veranstalter/die-vorschriften-im-einzeln/alkohol.html>)



## Umsetzung:

Online-Händler, die Alkoholika anbieten, müssen über die Durchführung von geeigneten und effektiven Altersverifikationsverfahren sicherstellen, dass Alkoholika ausschließlich an Personen mit dem erforderlichen Mindestalter abgegeben werden. Dies kann z.B. durch ein Altersverifikationsverfahren, welches in den Bestellvorgang integriert ist (z.B. Sofort-Ident) und durch die Auswahl von Spezialversandarten, bei denen eine Altersprüfung durchgeführt wird (z. B. „Postident“ der Deutschen Post, „Adult Signature Required“-Dienst von UPS), sichergestellt werden.

### Achtung

Eine Altersüberprüfung über einen sog. „Personalausweis-Check“ (also Besteller übermittelt an den Verkäufer eine Kopie/Scan/Fax des Personalausweises) ist nicht ausreichend, da hier die Gefahr der Manipulation und des Missbrauchs besteht. Auch die Abfrage gesonderter Bestätigungen der Volljährigkeit im Bestellvorgang (z.B. per Abhakbox) ist nicht ausreichend, wenn von Seiten des Händlers keine Überprüfung der vom Kunden getätigten Erklärung erfolgt.

## 4. Kennzeichnungspflichten

Alkoholika sind Lebensmittel. Es sind daher die Kennzeichnungspflichten aus der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) zu beachten.

Weitere Informationen finden Sie in unserem Hinweisblatt zum Handel mit Lebensmitteln sowie zum Handel mit Wein im Downloadbereich unter [www.haendlerbund.de](http://www.haendlerbund.de).

Insbesondere bei Alkoholika sind auf den Verpackungen oder einem verbundenen Etikett sowie in der Artikelbeschreibung im Online-Angebot an gut sichtbarer Stelle folgende Angaben aufzuführen:

- a) die **Bezeichnung** des Lebensmittels
- b) Nennung von Zutaten und Verarbeitungshilfsstoffen, die **Allergien und Unverträglichkeiten auslösen** (z.B. „Enthält Sulfite“)
- c) gegebenenfalls die Menge bestimmter Zutaten oder Klassen von Zutaten;
- d) die **Nettofüllmenge** des Lebensmittels;
- e) gegebenenfalls Anweisungen für **Aufbewahrung** und/oder die **Verwendung**;
- f) der **Name** oder die Firma und die **Anschrift** des Lebensmittelunternehmers;
- g) das **Ursprungsland** oder der **Herkunftsort** (z.B. wenn die Gefahr einer Irreführung besteht);
- h) eine **Gebrauchsanleitung** als **Text**, falls es schwierig wäre, das Lebensmittel ohne eine solche angemessen zu verwenden;
- i) für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent die Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts in Volumenprozent (Das Symbol „% vol“ ist der Angabe anzufügen. Der Angabe darf der Zusatz „Alkohol“ oder die Abkürzung „Alk.“ bzw. „alc.“ vorangestellt werden);

Die LMIV nennt folgende Ausnahmen für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent:

- ✓ Verzeichnis der Zutaten,
- ✓ Nährwertdeklaration.

Außerdem nennt die LMIV eine weitere Ausnahme: Die Angabe des **Mindesthaltbarkeitsdatums** ist **nicht** erforderlich bei Wein, Likörwein, Schaumwein, aromatisiertem Wein und ähnlichen Erzeugnissen aus anderen Früchten als Weintrauben sowie aus Weintrauben oder Traubenmost gewonnenen Getränken.

Alle anderen Getränke müssen ein **Mindesthaltbarkeitsdatum** tragen. Die Angabe ist jedoch im Online-Handel insgesamt nicht erforderlich.

**Die Pflichtangaben sind auch online in den Artikelbeschreibungen aufzuführen.**

## Alkopops

Alkopops müssen gemäß § 9 Absatz 4 JuSchG mit dem folgenden Hinweis gekennzeichnet sein:

**„Abgabe an Personen unter 18 Jahren verboten, § 9 Jugendschutzgesetz“**

Dieser Hinweis ist auf der Fertigpackung der Alkopops in der **gleichen Schriftart** und in der **gleichen Größe und Farbe** wie die Marken- oder Phantasienamen oder - soweit nicht vorhanden- wie die Verkehrsbezeichnung zu halten und bei Flaschen **auf dem Frontetikett** anzubringen.

## 5. Verbot der gesundheitsbezogenen Werbung

### Grundsatz:

In diesem Zusammenhang ist die sog. **„Health-Claim-Verordnung“** (Verordnung EG Nr. 1924/2006) zu beachten, die seit 2007 auf europäischer Ebene die Zulässigkeit von gesundheits- und nährwertbezogenen Aussagen bei Lebensmitteln regelt. Es dürfen nur solche nährwert<sup>1</sup>- und gesundheitsbezogene<sup>2</sup> Angaben bei der Werbung für Lebensmittel verwendet werden, die im eigens dafür geschaffenen [Gemeinschaftsregister](#) gelistet und damit zugelassen sind.

Gemäß Artikel 4 Absatz 3 der Health-Claim-Verordnung gilt beim Handel mit Alkoholika:

**„...Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent dürfen keine gesundheitsbezogenen Angaben tragen...“**

<sup>1</sup> „Nährwertbezogene Angaben“ sind z.B. „zuckerfrei“, „fettreduziert“, „reich an Vitamin C“ - diese Angaben sind nur dann zulässig, wenn sie den rechtlichen Anforderungen der Health-Claim-Verordnung entsprechen.

<sup>2</sup> Gesundheitsbezogene Aussagen“ sind z.B. Aussagen wie „stärkt die Abwehrkräfte“, „cholesterinsenkend“ oder „unterstützt die Gelenkfunktionen“ - diese Aussagen sind nur zulässig, wenn sie als „Claim“ im Gemeinschaftsregister aufgeführt und damit für ein Lebensmittel oder eine Lebensmittelzutat zugelassen sind.



Dieses Verbot gesundheitsbezogener Aussagen gilt auch für den Online-Handel. Daher sollten bei der Bewerbung von Alkoholika wie z.B. Bier und Wein gesundheitsbezogene Aussagen wie z.B. die folgenden unterbleiben:

„...dieser Wein ist bekömmlich...“

„...stärkt die Knochen...“

„...ein Glas Wein am Tag verringert die Gefahr von Herz-Kreislaufkrankungen...“ etc.pp.

Das Register und die Health-Claim-Verordnung im Wortlaut finden Sie unter:

<http://www.health-claims-verordnung.de/claims.html>

<http://www.health-claims-verordnung.de/verordnung.html>