

Hinweisblatt zum Handel mit Alkoholika

1. Preisangabe

Bei der Werbung für Alkoholika unter Nennung von Preisen sowie beim Handel mit Alkoholika haben Unternehmer die Preise einschließlich der Umsatzsteuer sowie aller sonstiger Abgaben und Zuschläge auszuzeichnen (Bruttopreise), § 9 Abs. 1 Preisauszeichnungsgesetz.

Anzugeben ist am Preis, dass die Preise die Umsatzsteuer bereits enthalten („inkl. USt.“).

Gemäß § 4 Abs. 1 Nr. 4 Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz sind alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- und Versand- oder sonstigen Kosten anzuzeigen.

Anzugeben sind am Preis auch alle weiteren Kosten, die für den Verbraucher anfallen.

2. Grundpreise

§ 10a Abs. 1 Preisauszeichnungsgesetz (PrAG) regelt:

„Bei Sachgütern, die nach Volumen, Gewicht, Länge oder Fläche angeboten werden, ist neben dem Verkaufspreis auch der Preis je Mengeneinheit (Grundpreis) auszuzeichnen, [...]“

Näheres zur Grundpreisangabe regelt die Verordnung zur Grundpreisauszeichnung. In dem dortigen § 4 ist geregelt, dass keine Pflicht zur Angabe eines Grundpreises besteht bei „1. Qualitätswein, [...] 8. Spirituosen in Kleinpackungen.“

Dies bedeutet:

In unmittelbarer Nähe des Verkaufspreises ist der Preis pro Mengeneinheit (Grundpreis) anzugeben, außer:

- ✘ die Abfüllmenge beträgt weniger als 20 Milliliter (§ 10b Abs. 1 Nr. 2 PrAG)
- ✘ die Maßeinheit, auf die sich der Grundpreis bezieht, entspricht dem Verkaufspreis (§ 10a Abs. 4 PrAG)
- ✘ verschiedenartige Sachgüter, die zu einem Gesamtpreis angeboten werden (§ 10b Abs. 1 Nr. 3 PrAG)
- ✘ es handelt sich um Qualitätswein gemäß § 10 und § 11 Weingesetz (§ 4 Nr. 1 VO Grundpreis)

- ✘ es handelt sich um Spirituosen (meist Mindestalkoholwert von mind. 15 % vol) in Kleinpackungen (§ 4 Nr. 8 VO Grundpreis).

3. Jugendschutz

In den meisten österreichischen Jugendschutzgesetzen ist die Abgabe von Alkohol bis zum vollendeten 16. Lebensjahr verboten. Gebrannte alkoholische Getränke, auch in Form von Mischgetränken, dürfen nicht an Jugendliche (Personen unter 18 Jahren) abgegeben werden. Auch Online-Händler haben diese Verbote zu beachten.

Online-Händler sollten über die Durchführung von geeigneten und effektiven Altersverifikationsverfahren sicherstellen, dass Alkoholika ausschließlich an Personen abgegeben werden, welche das erforderliche Mindestalter aufweisen.

Es muss jedoch von den Online-Händlern jedenfalls sichergestellt werden, dass die Zustellung der bestellten Alkoholika ausschließlich an Personen erfolgt, welche über das Mindestalter für diese Waren verfügen. Dies sollte durch spezielle Versandarten sichergestellt werden (zB bevor das Paket übergeben wird, kontrolliert der Zusteller die Identität bzw. zumindest das Alter anhand eines vorlegten Lichtbildausweises).

4. Kennzeichnungspflichten

Alkoholika sind rechtlich als Lebensmittel einzuordnen. Sie unterliegen daher den Kennzeichnungspflichten der Lebensmittelinformationsverordnung.

Pflichtangaben aus der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) seit 13.12.2014:

1. die **Bezeichnung** des Lebensmittels
2. das **Verzeichnis der Zutaten**
Überschrift oder geeignete Bezeichnung voranstellen, in welcher das Wort „Zutaten“ erscheint; Zutaten in absteigender Reihenfolge ihres Gewichtsanteils aufzählen
3. alle in Anhang II aufgeführten Zutaten und Stoffe, **welche Allergien und Unverträglichkeiten auslösen** können, innerhalb der Zutatenliste durch hervorgehobenen Schriftsatz darstellen
4. die **Menge bestimmter Zutaten** oder Klassen von Zutaten
5. die **Nettofüllmenge** des Lebensmittels
6. das **Mindesthaltbarkeitsdatum** bzw. das **Verbrauchsdatum**
Die Angabe eines Mindesthaltbarkeitsdatums ist jedoch nicht für das Online-Angebot erforderlich.
7. gegebenenfalls **besondere Anweisungen für Aufbewahrung** und / oder **Anweisungen für die Verwendung**

8. der **Name** oder die Firma und die **Anschrift des Lebensmittelunternehmers**
9. das **Ursprungsland** oder der **Herkunftsort**
10. eine **Gebrauchsanleitung**, sofern es ansonsten schwierig wäre, das Lebensmittel angemessen zu verwenden
11. für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent Angabe des vorhandenen **Alkoholgehalts in Volumenprozent**

Gemäß Anhang XII ist der vorhandene Alkoholgehalt von Getränken mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent durch eine Ziffer mit nicht mehr als einer Dezimalstelle anzugeben. Es ist das Symbol „% vol“ anzufügen und es darf das Wort „Alkohol“ oder die Abkürzung „Alk.“ vorangestellt werden.

12. eine **Nährwertdeklaration – erforderlich erst ab 13.12.2016**

Die Nährwertdeklaration enthält folgende Angaben:

- den **Brennwert** und
- die **Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz**

Art. 16 Abs. 4 LMIV bestimmt, dass „unbeschadet anderer Unionsvorschriften, die ein **Zutatenverzeichnis** oder eine **Nährwertdeklaration** vorschreiben“ diese „**nicht verpflichtend**“ sind „**für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent**“. Sofern es jedoch für das betreffende Produkt abweichende (auch innerstaatliche) Regelungen hierzu gibt, sind diese als Kennzeichnung verpflichtend.

Zudem ist die Angabe eines Mindesthaltbarkeitsdatums – vorbehaltlich abweichender EU- oder innerstaatlicher Regelungen – nicht erforderlich

- bei Wein, Likörwein, Schaumwein, aromatisiertem Wein und ähnlichen Erzeugnissen aus anderen Früchten als Weintrauben sowie aus Weintrauben oder Traubenmost gewonnenen Getränken des KN-Codes 2206 00
- bei Getränken mit einem Alkoholgehalt von 10 oder mehr Volumenprozenten (LMIV, Anhang X, 1.d)

5. Verbot gesundheitsbezogener Werbung

In diesem Zusammenhang ist die sog. „Health-Claims-Verordnung“ (Verordnung EG Nr. 1924/2006) zu beachten, welche seit 2007 auf europäischer Ebene die Zulässigkeit von gesundheits- und nährwertbezogenen Aussagen bei Lebensmitteln regelt.

Gemäß Art. 4 Abs. 3 der Health-Claims-Verordnung gilt beim Handel mit Alkoholika:
„Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent dürfen keine gesundheitsbezogenen Angaben tragen...“

Am 25.08.2015 hat sich das deutsche Landgericht Ravensburg in seinem Urteil (Az.: 8 O 34/15) zu diesem Thema geäußert. Der Händler hatte sein Bier beworben mit: „bekömmlich, süffig – aber nicht schwer“. Das Gericht urteilte, dass auch für die bloße Werbung die Verordnung 1924/2006 und das dort normierte Verbot gilt, dass Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent keine gesundheitsbezogenen Angaben tragen dürfen. Dem widersprach jedoch die Beschreibung des Bieres als „bekömmlich“.

Auch der Europäische Gerichtshof hatte bereits in seinem Urteil vom 06.09.2012 (Rechtssache C-544/10) klargestellt, dass Wein nicht als „bekömmlich“ vermarktet werden darf und führte hinsichtlich der Health-Claims-Verordnung aus: „Aufgrund der mit dem Konsum alkoholischer Getränke zusammenhängenden Gefahren wollte der Unionsgesetzgeber die Gesundheit der Verbraucher schützen, deren Konsumgewohnheiten durch solche Angaben unmittelbar beeinflusst werden können.“