



Ein Prosit aufs Reinheitsgebot

ARAG Experten über Hopfen, Malz und Paragrafen

Es bleibt eines der liebsten Getränke der Deutschen: das Bier. Auch wenn der Verbrauch in den letzten Jahrzehnten immer weiter gesunken ist, ist Deutschland mit **88 Litern pro Kopf** beim Genuss des Gerstensaftes im europäischen Vergleich ganz vorne mit dabei. Nur in Tschechien und Österreich wird pro Kopf mehr davon getrunken als bei uns. Ob man auf dieses **Ranking** stolz sein darf, sei dahingestellt. Klar ist aber, dass der Tag des deutschen Bieres, den wir jedes Jahr am 23. April begehen, seine Berechtigung hat. ARAG Experten warten daher mit einigen Informationen auf.

Das Bier und die Steuer

Über einen hohen Verbrauch freut sich der Fiskus. Denn er verdient über die Biersteuer gleich mit. Deren Höhe ist abhängig von der Stärke des Getränks. So bringt ein ordentliches Bockbier dem Staat mehr als ein Pils, weil es mit rund sechs Prozent deutlich stärker ist als das herkömmliche Bier mit vier bis fünf Prozent Alkohol. Dabei bestimmt laut ARAG Experten nicht der Alkoholgehalt die Höhe der Steuer, sondern die Stammwürze. Aber nicht nur diese entscheidet über die Steuer, die übrigens vom Zoll erhoben wird, sondern auch die Menge der Produktion. Davon profitieren insbesondere kleinere Brauhäuser, die weniger als 200.000 Hektoliter produzieren, denn sie zahlen einen geringeren, gestaffelten Steuersatz (Paragraf 2 Absatz 2 Seite 1 Biersteuergesetz). Hobbybrauer haben ganz aktuell einen Mehrwert durch eine Gesetzesänderung: Um die Bürokratie zu senken und die Verwaltung zu entlasten, wurde die von der Steuer befreite Menge Bier von zwei auf fünf Hektoliter erhöht. Das bedeutet, dass Brauvorgänge für eine darunterliegende Produktion gar nicht mehr angezeigt werden müssen – vorausgesetzt, das Bier wird nur für den Eigenverbrauch gebraut.

Das Bier und die Gesetze

Gesetze? Sogar für ein Getränk? Typisch deutsch könnte man meinen, aber tatsächlich gab es schon tausende von Jahren vor Christus auch in Babylonien bereits strenge Vorschriften, die sich mit dem beliebten Getränk beschäftigten. Verfasst waren sie von König Hammurabi, der allerdings morbider unterwegs war, als unser Gesetzgeber heute. So wurden damals beispielsweise Wirtinnen, die ein minderwertiges Gebräu servierten, ertränkt und Bierpanscher so lange mit ihrem Getränk übergossen, bis sie erstickten.

Das Bier und das Reinheitsgebot

Um die Qualität geht es aber auch heute noch. Nämlich bei einem Gesetz, dem wir den Bier-Feiertag verdanken: Am 23. April 1516 wurde das Deutsche Reinheitsgebot als eine der ältesten Lebensmittelverordnungen überhaupt erlassen. Dieses gilt bis heute, und so sind in deutschem Bier nur die vier klassischen Zutaten enthalten: Wasser, Malz, Hopfen und Hefe. Farb- und Geschmacksverstärker, Konservierungsstoffe – alles tabu.

Zu Hause brauen ist laut ARAG Experten übrigens gestattet, vorausgesetzt man hält sich genauso an das deutsche Reinheitsgebot sowie an die entsprechenden Vorgaben, die sich aus dem



Lebensmittelrecht und Hygieneverordnungen ergeben. Das heißt: Jeder darf als Brauer oder Mälzer tätig sein, aber nicht jedes Ergebnis daraus darf „Bier“ genannt werden.

Das Bier und der Schimmel

Natürlich kann Bier trotz der Einhaltung aller Hygieneverordnungen verderben. Ist das der Fall und kommt es beim Konsumenten dadurch zu Übelkeit und Erbrechen, ist das allerdings noch lange kein Grund für Schmerzensgeldzahlungen. In einem konkreten Fall wollte der Gast eines Restaurants 2.000 Euro Schmerzensgeld, weil er ein merkwürdig schmeckendes Bier bereits zur Hälfte geleert hatte, als ihm der Schimmel auffiel. Die Folge: Magen- und Darmprobleme. Die Entschuldigung und die angebotene Brauereibesichtigung lehnte er ab, er wollte das Geld. Doch die Richter sahen in dem abgelaufenen Gerstensaft einen Bagatellschaden, der keine Schmerzensgeldzahlung rechtfertigt (Landgericht Oldenburg, Az.: 16 T 687/13).

Das Bier und die Werbung

Es ist etwas kompliziert mit der Werbung und dem Bier. So darf ein alkoholisches Bier laut ARAG Experten beispielsweise nicht mit dem Wort „bekömmlich“ beworben werden. Der Fall: Eine Privatbrauerei aus dem Allgäu hatte dieses Wort in verschiedenen Werbeslogans benutzt. Für die Richter aufgrund des Gesundheitsbezuges ein Verstoß gegen die [Health-Claims-Verordnung der Europäischen Union](#), weil mit dem Wort „bekömmlich“ der durchschnittliche Verbraucher assoziiert, dass das Produkt gesund sei (Bundesgerichtshof, Az.: I ZR 252/16).

In einem anderen Fall hatte eine Privatbrauerei aus Nordrhein-Westfalen ihr alkoholfreies Bier auf der Verpackung als „vitalisierend“, „erfrischend“ und „isotonisch“ bezeichnet. Gesichter der Kampagne waren laut ARAG Experten die Boxsportler Vitali und Wladimir Klitschko. Die Werbeaussage suggerierte eine Verbesserung des Gesundheitszustandes, die es so nicht gebe, entschied das Oberlandesgericht Hamm und verbot die Form einer solchen Vermarktung auch für alkoholfreies Bier (Az.: 4 U 19/14).

Das Bier und die Trends

Untergärig, obergärig, hell, dunkel, viel oder wenig Alkoholgehalt – verschiedene Biere gibt es schon ewig. Die bekanntesten sind Pils und Weizen, dazu kommen regionale Spezialitäten wie zum Beispiel Kölsch, Düsseldorfer Altbier oder Berliner Weiße. Seit einigen Jahren gibt es allerdings noch einen weiteren Boom: Die sogenannten Craftbiere (Craft, englisch für Handwerk) werden vor allem von kleineren Brauhäusern hergestellt. Herübergeschwappt ist dieser Trend aus den USA, wo Bierliebhaber schon seit den Siebzigern ihre eigenen Sorten herstellen. Der entscheidende Unterschied: Im Gegensatz zu allen anderen Bieren weltweit gilt auch für deutsche Craftbiere das Reinheitsgebot.

Weitere interessante Informationen unter:

<https://www.arag.de/versicherungs-ratgeber/>

Sie wollen mehr von den ARAG Experten lesen oder hören?

Dann schauen Sie im [ARAG newsroom](#) vorbei.



Ihre Ansprechpartnerin

Jennifer Kallweit

Konzernkommunikation/Marketing ARAG SE

Pressereferentin

Telefon: 0211 963-3115 Fax: 0211 963-2220

E-Mail: jennifer.kallweit@arag.de www.arag.de

Sie möchten unsere Verbraucher-Informationen nicht mehr erhalten? Melden Sie sich [hier](#) ab.

Die ARAG ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz und versteht sich als vielseitiger Qualitätsversicherer. Sie ist der weltweit größte Rechtsschutzversicherer. Aktiv in insgesamt 19 Ländern – inklusive den USA, Kanada und Australien – nimmt die ARAG über ihre internationalen Niederlassungen, Gesellschaften und Beteiligungen in vielen internationalen Märkten mit ihren Rechtsschutzversicherungen und Rechtsdienstleistungen eine führende Position ein. Ihren Kunden in Deutschland bietet die ARAG neben ihrem Schwerpunkt im Rechtsschutzgeschäft auch eigene einzigartige, bedarfsorientierte Produkte und Services in den Bereichen Komposit und Gesundheit. Mit mehr als 5.000 Mitarbeitenden erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von über 2,4 Milliarden €.

ARAG SE ARAG Platz 1 · 40472 Düsseldorf **Aufsichtsratsvorsitzender** Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender

Vorstand Dr. Renko Dirksen (Sprecher) · Dr. Matthias Maslaton · Wolfgang Mathmann · Dr. Shiva Meyer · Hanno Petersen · Dr. Joerg Schwarze

Sitz und Registergericht Düsseldorf · HRB 66846 · USt-ID-Nr.: DE 119 355 995