



## Aldi Süd wirbt auf Plakaten

Der Kampf zwischen den Discountern um Marktanteile verschärft sich weiter: Jetzt hat Aldi Süd erstmals eine Image-Kampagne auf Plakaten gestartet. Die Botschaft an die Kunden: einfaches Einkaufen. In vier unterschiedlichen Motiven wirbt

der Discounter für das „Einfach-Prinzip“. Auf die Kampagne weist der Händler außerdem in Handzetteln und im Kundenmagazin hin, hinzu kommen Anzeigen in überregionalen Tageszeitungen. Zudem informiert das Unternehmen im Internet unter der Adresse [www.einfach-ist-mehr.de](http://www.einfach-ist-mehr.de) Kunden über die Inhalte der Kampagne. Seit einiger Zeit hatte zuvor bereits Mitbewerber Lidl unter dem Motto „Lidl lohnt sich“ eine umfassende Imagekampagne gestartet.



## Dänemark mit Food-Netzwerk

Dänemarks Hersteller haben sich zu einem Lebensmittel-Netzwerk zusammengeschlossen. Das „Danish Food Cluster“ bündelt rund 130 Produzenten – darunter bekannte wie Arla oder Royal Greenland –, die für 75 Prozent des Umsatzes der Branche stehen. Ergänzt wird das Netzwerk durch For-

schungsunternehmen und Universitäten. Ziel des Bündnisses ist es, dänische Produkte durch Forschung und Entwicklung noch innovativer und dadurch auch im deutschen Handel bekannter zu machen. Schon heute genießen dänische Lebensmittel hierzulande einen guten Ruf: Sie gelten als naturnah und sicher.

## ► Urteil des Monats



### Grenze bei der Bierwerbung

Das LG Ravensburg hat mit Urteil vom 25. 8. 2015 (Az. 8 O 34/15) entschieden, dass Bier nicht mit der Aussage „bekömmlich“ beworben werden darf. Die Verwendung der Aussage verstößt nach Auffassung des Gerichts gegen Art. 4 Abs. 3 der „Health Claims“-Verordnung (HCVO). Der Verband Sozialer Wettbewerb hatte gegen eine Brauerei geklagt, die das Wort „bekömmlich“ für Bier benutzt hat. Nach Art. 4 Abs. 3 HCVO dürfen alkoholische Getränke mit mehr als 1,2 Volumenprozent nicht mit gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden. Das Kriterium des Gesundheitsbezugs sei nach der „Health Claims“-Verordnung weit gefasst. Es reiche aus, wenn ein Zusammenhang zwischen einem Lebensmittel und der Gesundheit suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht werde. Die Aussage „bekömmlich“ sei eine solche gesundheitsbezogene Angabe, da sie in der Hauptbedeutung die Verträglichkeit für den Körper und seine Funktionen zum Ausdruck bringe. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

*Dieses Urteil wurde zusammengefasst von Rechtsanwältin Antje Dau von der Wettbewerbszentrale, der größten Selbstkontrollinstitution der Wirtschaft für fairen Wettbewerb.*



National: Die Bio-Marke Alnatura ist jetzt auch bei Edeka zu finden.

## Edeka listet Alnatura

Seit Monatsbeginn Oktober führt die Edeka in allen sieben Regionen Produkte des hessischen Bio-Spezialisten Alnatura. Zunächst umfasst das Programm 200 Produkte, die nach und nach auf 400 aufgestockt werden sollen. Geliefert werden Bio-

Lebensmittel und Baby-Produkte, Frischeartikel vorerst nicht. Die Discount-Schiene Netto ist ausgenommen. Der Hersteller Alnatura hat insgesamt 1.200 Produkte im Programm und betreibt selbst ein Filialnetz mit 97 Bio-Märkten.

ANZEIGE

Qualitätssicherung. Vom Landwirt bis zur Ladentheke.

## Qualitätssicherung beginnt im Stall



*Qualitätssicherung hat für mich viel mit Gewissenhaftigkeit zu tun. Als QS-Systempartner kann ich zeigen, woher die Tiere kommen und was ich alles für sicheres Fleisch tue.*

**Sepp Hupfer,**  
Rindermäster

### Gesicherte Herkunft – zertifiziert und kontrolliert

Alle QS-Systempartner setzen sich in ihrer täglichen Arbeit konsequent für kontrollierte Qualität und sichere Lebensmittel ein. Herstellung und Vermarktung werden durchgängig kontrolliert – vom Landwirt bis zur Ladentheke. Das QS-Prüfzeichen ist für den Kunden ein klares Signal für sichere Lebensmittel. Weitere Informationen unter [www.q-s.de](http://www.q-s.de).

