vinetur

Gericht in Nairobi stoppt nicht lizenzierte Online-Verkäufe von Alkohol

Einstweilige Anordnung: Digitale Plattformen müssen vor der Lieferung prüfen, ob Käufer und Empfänger mindestens 18 Jahre alt sind

Mittwoch, 11. November 2026



Das Obergericht in Nairobi hat die Regeln für den Online-Verkauf von Alkohol in der kenianischen Hauptstadt vorläufig verschärft. Digitale Plattformen und Händler dürfen alkoholische Getränke demnach nur dann anbieten und liefern, wenn sie die Lizenz- und Altersprüfungsauflagen erfüllen.

Mit einstweiligen Anordnungen vom Montag, dem 9. November, setzte das Gericht am Milimani High Court das Einstellen, Anbieten, Bestellen, Verkaufen, Bereitstellen und Liefern alkoholischer Getränke über E-Commerce-Apps, Websites und andere digitale Marktplätze im Nairobi City County aus. Ausgenommen sind Betreiber, die die vom Gericht als streng bezeichneten Anforderungen an Lizenzierung, Altersverifizierung und Verbraucherschutz erfüllen.

Das Gericht erklärte, digitale Plattformen, die den Verkauf von Alkohol ermöglichen, müssten über die gesetzlich vorgeschriebenen Lizenzen und Genehmigungen verfügen. Außerdem ordnete es an, Alkohol ausschließlich in dafür vorgesehenen digitalen Bereichen mit Zugangsbeschränkung zu verkaufen. Kunden müssen sichere Authentifizierungsverfahren wie Passwörter, persönliche Identifikationsnummern oder ähnliche Mittel nutzen, bevor sie auf Angebote zum Kauf von Alkohol zugreifen können.

Die Anordnungen gehen über eine einmalige Altersprüfung beim Bezahlvorgang hinaus. Das Gericht erklärte, Plattformen müssten zuverlässig feststellen, dass Kunden mindestens 18 Jahre alt sind, bevor sie ihnen Zugang zu Alkoholangeboten gewähren. Zudem ordnete es eine gesonderte Altersprüfung vor Abschluss eines Geschäfts sowie eine weitere unabhängige Bestätigung des Alters des Empfängers vor der Lieferung oder Übergabe des Alkohols an.

Die Entscheidung richtet sich auch gegen Online-Werbung. Das Gericht untersagte digitale Anzeigen, Hyperlinks und andere Werbemittel, die Nutzern ermöglichen, die vorgeschriebenen Authentifizierungs- und Altersprüfungen zu umgehen. In einer gesonderten Anordnung schränkte es Werbung, Marketing und Promotion für alkoholische Getränke über Hyperlinks, interaktive Anzeigen und ähnliche digitale Instrumente ein, die Verbraucher ohne die bereits geltenden Schutzmaßnahmen zu Alkoholangeboten oder Kaufmöglichkeiten führen.

Das Verfahren angestrengt hat David Biketi Wati gegen die County Government of Nairobi, die Nairobi City County Alcoholic Drinks Control and Licensing Board und eine weitere beklagte Partei. Das Gericht erklärte den Antrag für dringlich und gab ihm teilweise im Wege einer einstweiligen Anordnung statt, während das weitergehende Verfahren fortgesetzt wird.

Nach dem vom Gericht festgelegten Zeitplan muss der Antragsteller den Beklagten und den Beteiligten innerhalb von zwei Tagen die Gerichtsunterlagen, Anordnungen und einstweiligen Verfügungen zustellen. Den Beklagten und Beteiligten bleiben ab Zustellung sieben Tage, um ihre Stellungnahmen einzureichen und zuzustellen. Am 18. November soll der Fall erneut vor Gericht verhandelt werden, um die Einhaltung der Vorgaben zu prüfen und weitere Anordnungen zu treffen.

Die Anordnungen sind kein abschließendes Urteil über die Rechtmäßigkeit des Online-Verkaufs von Alkohol in Nairobi, setzen aber Unternehmen in diesem Bereich unmittelbar unter Druck. Für Bier-, Wein- und Spirituosenhändler, die auf Apps, Websites und Lieferpartner angewiesen sind, könnte die Entscheidung Änderungen bei der Präsentation der Produkte, beim Zugang der Kunden zu altersbeschränkten Bereichen und bei der Identitätsprüfung durch das Lieferpersonal an der Haustür erforderlich machen. Auch für digitale Marktplätze, auf denen Drittanbieter Alkohol verkaufen, könnten sich zusätzliche Compliance-Pflichten ergeben.

Die Entscheidung verweist auf die zunehmende Aufmerksamkeit von Justiz und Aufsichtsbehörden für den Online-Verkauf von Alkohol – insbesondere dann, wenn er über allgemeine Einzelhandels-Apps oder digitale Marktplätze abgewickelt wird, die auch Lebensmittel, Restaurantbestellungen und andere Konsumgüter anbieten. Dass das Gericht sowohl Prüfungen vor dem Kauf als auch bei der Zustellung in den Blick nimmt, deutet auf die Sorge hin, nicht nur darüber, wer eine Bestellung aufgibt, sondern auch darüber, ob Alkohol nach Abschluss des Geschäfts in die Hände Minderjähriger gelangen kann.

Die Beschränkungen machen zudem ein umfassenderes Problem für Getränkeunternehmen und Händler in urbanen E-Commerce-Märkten deutlich. Sollten Gerichte und Aufsichtsbehörden zunehmend strengere Kontrollen verlangen, müssen Plattformen möglicherweise ihre digitalen Verkaufsflächen neu gestalten, Links zu Alkoholwerbung einschränken und Lieferkräfte darin schulen, das Alter einheitlich zu prüfen. Das könnte die Online-Vermarktung und den Vertrieb alkoholischer Getränke in Nairobi verändern, noch bevor das Gericht in dem Verfahren eine endgültige Entscheidung trifft.

Die unmittelbare Folge ist vorerst klar: Online-Verkäufe und Werbung für Alkohol in Nairobi sind nur dann weiterhin möglich, wenn die Betreiber während des laufenden Verfahrens die Lizenz- und Zugangskontrollauflagen des Gerichts erfüllen.