

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Abmahnung wegen Verstoß gegen CLP-Verordnung und Werbung mit „Geld-zurück-Garantie“

Der IT-Recht Kanzlei liegt eine aktuelle Abmahnung vor, in der ein Online-Händler u. a. wegen eines Verstoßes gegen besondere Kennzeichnungspflichten für Chemikalien sowie einer irreführenden Werbung mit einer „Geld-zurück-Garantie“ auf Unterlassung in Anspruch genommen wird. Im nachfolgenden Beitrag setzen wir uns mit beiden Punkten näher auseinander.

I. Verstoß gegen CLP-Verordnung

In der Abmahnung wird dem Händler u. a. ein Verstoß gegen die CLP-Verordnung vorgeworfen, da er Klebstoff (Universalkleber) angeboten hat, ohne dabei die erforderlichen Gefahrenhinweise und –Piktogramme bereits im Online-Angebot vorzuhalten.

Konkret bezieht sich der Anspruchsteller dabei auf die Vorschrift des Art. 48 Abs. 2 Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 (CLP-VO). Danach muss jegliche Werbung für als gefährlich eingestufte oder durch Artikel 25 Absatz 6 geregelte Gemische, die es einem privaten Endverbraucher ermöglicht, ohne vorherige Ansicht des Kennzeichnungsetiketts einen Kaufvertrag abzuschließen, die auf dem Kennzeichnungsetikett angegebene(n) Gefahreneigenschaft(en) nennen.

Unter den Begriff der Werbung falle gemäß Art. 2 lit. A) der Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung (2006/114/EG) jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern. Damit sei auch ein Angebot im Internet als Werbung im Sinne des Art. 48 Abs. 2 Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 (CLP-VO) anzusehen.

Das Angebot zu dem streitgegenständlichen Universalkleber enthalte allerdings keine Gefahrenhinweise, wie sie sich auf dem Kennzeichnungsetikett bzw. auf dem Sicherheitsdatenblatt des Produkts befinden.

Unsere Meinung

Wer Chemikalien wie etwa Klebstoff, Lacke oder Putzmittel online zum Verkauf anbietet, sollte darauf achten, dass seine Angebote die erforderliche Gefahrenkennzeichnung nach der CLP-Verordnung aufweisen. Ein Verstoß gegen Art. 48 Abs. 2 Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 (CLP-VO) kann nach unserer Auffassung einen Wettbewerbsverstoß begründen, da es sich hierbei um eine Marktverhaltensregelung handelt. Allerdings ist uns hierzu bisher noch keine einschlägige Rechtsprechung bekannt.

Bereits in einem [Beitrag aus Juli 2015](#) hatten wir dazu geraten, bei Angeboten zu Chemikalien die entsprechenden Gefahrenhinweise bereits in die Online-Werbung aufzunehmen.

Sofern der Hersteller, Importeur oder Lieferant seiner gesetzlichen Pflicht nachgekommen ist und das Produkt bereits mit der jeweils richtigen Gefahrenkennzeichnung nach der CLP-Verordnung versehen hat, müssen die folgenden Hinweise in die Produktbeschreibung im Zuge der Werbung übernommen werden, unabhängig davon ob die Werbung offline oder online erfolgt (dazu ausführlicher bereits weiter vorne in diesem Beitrag bei den Kennzeichnungspflichten von Herstellern und Importeuren).

1. Gefahrenpiktogramm(e)

Die Gefahrenpiktogramme gem. CLP-Verordnung

2. Signalwörter

„GEFAHR“ bzw. „ACHTUNG“

3. Gefahrenhinweise

Beispiele: „Verursacht schwere Augenschäden.“, „Verursacht Hautreizungen.“, „Kann bei Einatmen Allergie, asthmaartige Symptome oder Atembeschwerden verursachen.“

4. Sicherheitshinweise

Beispiele: „Nur im Originalbehälter aufbewahren.“, „Nach Gebrauch Hände gründlich waschen.“, „Bei Hautreizung: Ärztlichen Rat einholen/ärztliche Hilfe hinzuziehen.“

Welche konkreten Gefahrenpiktogramme, Signalwörter, Gefahrenhinweise und Sicherheitshinweise im jeweiligen Einzelfall in der Werbung angegeben werden müssen, hängt entscheidend von der jeweils betroffenen Chemikalie ab. Aus Anhang I Teile 2 bis 5 zur CLP-Verordnung ergibt sich die jeweilige Kennzeichnungspflicht für die Produktverpackung einer Chemikalie und damit in der Folge auch die Antwort auf die Frage, welche Angaben in der (Online-)Werbung gemacht werden müssen.

Im Prinzip gilt: Die Produktkennzeichnung ist eins zu eins in der Werbung wiederzugeben, soweit sie vom Hersteller oder Importeur richtig vorgenommen worden ist.

II. Irreführende Werbung mit einer „Geld-zurück-Garantie

In der Abmahnung wird dem Händler ferner eine irreführende Werbung mit einer nicht näher definierten „Geld-zurück-Garantie“ unterstellt. Weder auf der Website noch in den AGB des Händlers seien Erläuterungen zu dieser „Garantie“ zu finden. Derlei unbestimmte Versprechen fielen unter das Irreführungsverbot des § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG, da der Kunde den Inhalt des Versprechens nicht nachprüfen könne. Soweit diese „Garantie“ auf das gesetzliche Widerrufsrecht des Verbrauchers hinweist, handele es sich um eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten im Sinne des § 3 Abs. 3 UWG iVm Nummer 10 des Anhangs zum UWG.

Unsere Meinung

Wird mit einer „Geld-zurück-Garantie“ geworben, ohne dass den Verbrauchern hierzu nähere Informationen bereitgestellt werden, so ist die Werbung je nach Intention des Händlers entweder nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG irreführend oder im Sinne des § 3 Abs. 3 UWG iVm Nummer 10 des Anhangs zum UWG unzulässig.

1) Irreführung nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG

Möchte der Händler dem Kunden neben einem ggf. bestehenden gesetzlichen Widerrufsrecht zusätzlich eine entsprechende „Garantie“ einräumen, so muss er diese Garantie näher erläutern. Hierzu gehören etwa Informationen über Inhalt und Voraussetzungen der gewährten Garantie, damit der Kunde dies ggf. nachprüfen kann. Zweckmäßigerweise sollte man hierfür entsprechende Bedingungen formulieren, auf die man im Zusammenhang mit der Werbung verlinken kann.

2) Werbung mit Selbstverständlichkeiten

Nimmt der Händler mit der „Geld-zurück-Garantie“ Bezug auf das gesetzliche Widerrufsrecht des Verbrauchers, so handelt es sich jedenfalls dann um eine verbotene [Werbung mit Selbstverständlichkeiten](#) im Sinne des § 3 Abs. 3 UWG iVm Nummer 10 des Anhangs zum UWG, wenn dem angesprochenen Verbraucher gegenüber nicht klargestellt wird, dass ihm keine Rechte eingeräumt werden, die ihm nicht schon kraft Gesetzes zustehen.

So hat der BGH mit Urteil vom 19.03.2014, Az. I ZR 185/12, zu einem ähnlichen Sachverhalt entschieden:

“

"Der Tatbestand der Nummer 10 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG setzt keine hervorgehobene Darstellung der vermeintlichen Besonderheit des Angebots, sondern lediglich voraus, dass beim Verbraucher der unrichtige Eindruck erweckt wird, der Unternehmer hebe sich bei seinem Angebot dadurch von den Mitbewerbern ab, dass er dem Verbraucher freiwillig ein Recht einräume. Der Tatbestand ist jedoch nicht erfüllt, wenn dem angesprochenen Verbraucher gegenüber klargestellt wird, dass ihm keine Rechte eingeräumt werden, die ihm nicht schon kraft Gesetzes zustehen."

”

Sie möchten sich besser vor Abmahnungen schützen? Dann könnten die Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei für Sie eine sinnvolle Lösung darstellen. Denn neben der Bereitstellung von Rechtstexten für unterschiedliche Geschäftsmodelle beinhalten diese auch einen dauerhaften Update-Service, in dessen Rahmen wir unsere Mandanten über abmahnungsrelevante Sachverhalte informieren. Nähere Informationen zu den Schutzpaketen der IT-Recht Kanzlei [finden Sie hier](#).

Autor:

RA Arndt Joachim Nagel

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht