

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## Leitfaden: Biozide im Internet richtig kennzeichnen und bewerben

**Wie werden Biozidprodukte rechtssicher beworben und wie erfolgt insbesondere bei gefährlichen Biozidprodukten die Gefahrenkennzeichnung im Internet? Die IT-Recht Kanzlei zeigt in ihrem aktuellen Leitfaden "Biozide im Internet richtig kennzeichnen und bewerben" die Rechtslage auf und gibt zudem viele nützliche Praxishinweise.**

### A. Abmahnsichere Rechtstexte

Grundvoraussetzung für den abmahnsicheren Verkauf von Biozidprodukten über das Internet ist zunächst einmal die Verwendung geeigneter Rechtstexte, wie:

- **Impressum**
- AGB & Kundeninformationen
- Widerrufsbelehrung
- Datenschutzerklärung

**Tipp:**Für den Fall, dass Sie sich beim Verkauf von Biozidprodukten mit passenden Rechtstexten absichern möchten:Die IT-Recht Kanzlei bietet Ihnen professionelle Unterstützung zur Absicherung Ihrer Verkaufspräsenz/en an - und zwar zu günstigen wie auch monatlich kündbaren Pauschalpreisen.Einen Überblick über die Sicherheitspakete der IT-Recht Kanzlei **finden Sie gerne hier**.

## B. Rechtssichere Werbung

### I. Was ist Werbung?

Unter dem Begriff "Werbung" sind sämtliche Formen der Online-Veröffentlichung eines Biozidprodukts zu verstehen, wenn durch die jeweilige Darstellung der Absatz des betreffenden Produkts gefördert werden soll.

Hierzu gehören beispielsweise:

- Artikeldetailseiten
- Besondere Darstellungen wie "zuletzt angesehen", "zu diesem Artikel passt auch ..." oder "andere Käufer kauften auch ..."
- Cross-selling-Angebote
- Darstellungen in Preisvergleichsportalen.
- Google AdWords
- Kategorie-Übersichten
- Newsletter
- Online-Banner
- Produktkataloge,
- Shop-Suchergebnisse

### II. Warnhinweis bei jeder Werbung zwingend

Jegliche Werbung für **Biozidprodukte** muss gemäß Artikel 72 EU-Verordnung 528/2012 folgenden Hinweis enthalten:

■ *"Biozidprodukte vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformationen lesen."*

Das Wort "Biozidprodukte" darf dabei durch den eindeutigen Verweis auf die beworbene Produktart ersetzt werden.

**Praxishinweis:**Die oben genannten Sätze müssen sich von der eigentlichen Werbung deutlich abheben und gut lesbar sein. Achten Sie deshalb darauf, dass dieser Hinweis optisch herausgestellt wird, indem Sie diesen z.B. in Fettdruck und einer größeren Schriftgröße als den übrigen Werbetext darstellen.Im Falle einer Artikeldetailseite sollte der Hinweis direkt am Anfang der Produktbeschreibung erfolgen.

### III. Keine verharmlosende Werbung

Werbung für Biozidprodukte darf im Hinblick auf mögliche Risiken des Produkts für Mensch und Umwelt in keinem Falle verharmlosend wirken. So darf ein Biozidprodukt gemäß Artikel 72 Abs. 3 S. 2 EU-Verordnung 528/2012 etwa nicht die Angaben

- "Biozidprodukt mit niedrigem Risikopotenzial",
- "ungiftig",
- "unschädlich",
- "natürlich",
- "umweltfreundlich",
- "tierfreundlich"

oder ähnliche Hinweise enthalten.

Tipp: Keine Rolle spielt, ob das Biozidprodukt im Einzelfall tatsächlich ungefährlich ist - es darf nicht verharmlosend beworben werden.

**Praxishinweis:**Das OLG Hamburg entschied in dem Zusammenhang - vgl. Urteil vom 28.03.2007, 5 U 136/06 - dass unter dieses Verbot auch die Bezeichnung eines Biozids als reines "Naturprodukt" fällt. Dies gelte wegen der abstrakten Gefährlichkeit von Bioziden sogar dann, wenn das Biozid tatsächlich nur aus einem natürlich Produkt besteht, im Fall: gepresstes Gerstenstroh.

## C. Kennzeichnung von gefährlichen Biozidprodukten im Internet

### I. Gefahrenkennzeichnung auch online umsetzen

Als "**gefährlich**" im Sinne der EU-Verordnung 1272/2008 eingestufte Biozidprodukte weisen auf der Produktverpackung insbesondere folgende Informationen auf:

**1. Gefahrenpiktogramm(e)** Die Gefahrenpiktogramme gem. CLP-Verordnung (Achtung: Nicht mehr zulässig seit dem 01.06.2017 sind die alten Gefahrenpiktogramme ["orangefarbene Quadrate"])  
**2. Signalwörter** "GEFAHR" bzw. "ACHTUNG"  
**3. Gefahrenhinweis(e), einschließlich der ergänzenden Gefahrenhinweise gemäß Art. 25 Abs. 6 CLP-Verordnung** Beispiele: "Verursacht schwere Augenschäden.", "Verursacht Hautreizungen.", "Kann bei Einatmen Allergie, asthmaartige Symptome oder Atembeschwerden verursachen."  
**4. Sicherheitshinweis(e)** 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 im Angebot bzw. in der Werbung angegeben werden müssen, hängt entscheidend von der jeweils angebotenen bzw. beworbenen Chemikalie ab.

Händler sollte die Gefahrenkennzeichnung (sofern sie vom Hersteller oder Importeur richtig vorgenommen worden ist) **1:1 in ihrer Werbung wiedergeben** (sowohl in Text, wie auch in Bildform). Die Kennzeichnung ist leider "dynamisch" und für jedes gefährliche Biozidprodukt gesondert vorzunehmen und bedeutet daher einen erheblichen Recherche- und Pflegeaufwand.

## II. Ort der richtigen Gefahrenkennzeichnung

Wichtig ist, dass die Gefahrenkennzeichnung für den Kunden online bereits **vor dem Kauf** ersichtlich sind.

Es empfiehlt sich daher, die vollständige Kennzeichnung bereits im Rahmen der Artikeldetailseite direkt (also nicht verlinkt) und gut sichtbar darzustellen, so dass diese Kennzeichnung zwangsläufig vom Kunden "passiert" werden muss, bevor er seine Bestellung einleitet - er diese also noch vor Einlegen des Biozidprodukts in den virtuellen Warenkorb zu Gesicht bekommt.

Eine "versteckte" Darstellung, also etwa erst hinter entsprechenden Reitern oder Mouseovereffekten, in erst anzuklickenden Grafiken oder in Fußnoten bzw. unter Verweisen wie Verlinkungen muss dabei vermieden werden.

Ferner sollte dabei sichergestellt werden, dass der Kunde über diese Artikeldetailseite "geschleift" wird, er diese also zwangsläufig zu durchlaufen hat, will er das Biozidprodukt bestellen (ein "in den Warenkorb legen" bereits von der Startseite oder von Kategorie- bzw. Übersichtsseiten aus würde dem nicht genügen).

Autor:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**  
Rechtsanwalt