

Erläuterungen **zur Ausführung der Werbung von Biozid-Produkten**

Betreff: Biozid-Produkte-Gesetz; Anwendung der Bestimmungen über die Werbung für Biozid Produkte gem § 26 BiozidG (BGBl. I Nr. 105/2000)

Die Einhaltung der Werbebeschränkungen gemäß § 26 BiozidG ist bei jeder Form der Werbung für Biozid Produkte angeordnet. Der für solche Werbung Verantwortliche sollte jedenfalls immer prüfen, ob alle Anforderungen, die in § 26 BiozidG festgelegt sind, erfüllt sind, sei es bei der Werbung in Printmedien, in speziellen Werbebroschüren, im Internet, im Rundfunk oder im Fernsehen.

In § 26 BiozidG ist festgelegt, dass bei jeglicher Werbung für ein Biozid Produkt die Sätze „Biozide (oder die genaue Beschreibung der Produktart) sicher verwenden. Vor Gebrauch stets Kennzeichnung und Produktinformation lesen“ aufscheinen müssen. Diese Sätze müssen sich von der gesamten Werbung deutlich abheben. Darüber hinaus darf die Werbung für Biozid Produkte nicht in einer Art betrieben werden, die zu falschen Vorstellungen hinsichtlich deren Gefährlichkeit oder deren Risiken für den Menschen oder die Umwelt verleiten kann. Angaben wie „Biozid Produkt mit niedrigem Risiko Potenzial“, „ungiftig“, „unschädlich“, „ökologisch“ und dergleichen sind ausdrücklich verboten.

Als Werbung ist allgemein „die verkaufspolitischen Zwecken dienende, absichtliche und zwangfreie Einwirkung auf Menschen mittels spezieller Kommunikationsmittel“ (z. B. Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk, usw.) zu verstehen. Werbung ist keine unmittelbare persönliche Kommunikation von Person zu Person mit den Möglichkeiten des interaktiven Kommunizierens, sondern eine unpersönliche, d. h. eine vom Einzelnen losgelöste verallgemeinerte Form der einseitigen Kommunikation (aus: H.J. Rogge, Werbung, 5. Auflage 2000, Friedrich Kiehl Verlag GmbH, Ludwigshafen). Der Oberste Gerichtshof hat in seiner Entscheidung OGH 10. 4. 1991, 9 Ob A 8, 9/91 (Fundstelle WBl 1991, 332) „Werbung“ folgendermaßen beschrieben: „Unter Werbung wird jenes Marketinginstrument verstanden, das durch Einsatz spezieller Kommunikationsmittel in welcher Form auch immer die Zielpersonen zu einem Verhalten veranlassen will, das der Erfüllung des Werbezieles (bestimmter Absatzleistungen) des Unternehmens dient (Aicher, Wettbewerbsrechtliche Einführung in das Recht der Werbung, in: Aicher, Das Recht der Werbung 216 FN 2; ...).“

Entsprechend diesen allgemeinen Definitionen für „Werbung“ kommt es bei den dafür verwendeten Kommunikationsmitteln weniger auf deren Bezeichnung oder Aufmachung an, als vielmehr auf den Verwendungszweck des Materials als Hilfsmittel zur potenziellen Verkaufsanbahnung oder Verkaufsförderung. Dem gemäß können neben Einschaltungen in Rundfunk, Fernsehen oder Printmedien die unterschiedlichsten Broschüren, Folder oder Informationsblätter bis hin zu Verkaufskatalogen und speziellen Produktinformationen als Werbematerialien dienen. Es ist auch nicht wesentlich, ob mit dem Material nur geworben wird, oder ob ein „Anbieten“ und „Werben“ zusammenfällt. Im Falle von mehrteiligen schriftlichen Unterlagen zu einem Biozid Produkt oder zu mehreren Biozid Produkten kann

zwischen primärem und sekundärem Werbematerial unterschieden werden. Als primäres Werbematerial kann in solchen Fällen jenes Material verstanden werden, das vorwiegend die Anpreisung des Produktes/der Produkte enthält, während das sekundäre Material vorwiegend sicherheits- und anwendungsspezifische Produktinformationen aufweisen kann. In solchen Fällen wäre nach Ansicht des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft nur das primäre Werbematerial von § 26 Abs. 1 BiozidG betroffen. Wenn Materialien, die im Zusammenhang mit Produktpreisung und Verkaufsanbahnung als sekundäres Werbematerial zu qualifizieren (wie etwa technische Produktinformationen oder Sicherheitsdatenblätter) wären, getrennt von primären Werbematerialien alleine zu Zwecken der Verkaufsanbahnung genutzt werden, ist § 26 BiozidG auch auf solche Materialien anzuwenden.

Was die Art und Häufigkeit der Anbringung der Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 des BiozidG in Katalogen betrifft, in denen für mehrere Biozid Produkte oder für Biozid Produkte und andere Produkte geworben wird, ist in § 26 BiozidG keine ausdrückliche Festlegung getroffen worden. Der Wortlaut des § 26 Abs. 1 BiozidG spricht aber von der Anbringung von Hinweisen bei der Werbung für Biozid Produkte, woraus abzuleiten ist, dass eine eindeutige Zuordnung der Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 zu den beworbenen Biozid Produkten sichergestellt sein muss. Das bedeutet, dass es für den Adressaten der Werbung erkennbar sein muss, auf welche beworbenen Produkte sich die Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 BiozidG beziehen. Da keine Anordnung zur mehrfachen Anbringung der Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 BiozidG im BiozidG vorhanden ist, ist davon auszugehen, dass in Katalogen, in denen (auch) für Biozid Produkte geworben wird, die Sätze "Biozide (oder Namen der Produktart) sicher verwenden. Vor Gebrauch stets Kennzeichnung und Produktinformation lesen" nur einmal aufscheinen müssen, wenn dadurch die Zuordenbarkeit zu den beworbenen Biozid Produkten sichergestellt ist (wenn etwa in einem eigenen Abschnitt eines Kataloges nur Biozid Produkte abgebildet oder beschrieben sind, wird es genügen, wenn in diesem Abschnitt einmal die Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 BiozidG deutlich abgehoben angebracht sind).

Bei Katalogen, die gemischt für etwa Gartenzubehör, Erde, Düngemittel, Pflanzenschutzmittel, etc. Werbung beinhalten und dazwischen auch Werbung für einzelne Biozid Produkte, die möglicherweise gar nicht als Biozid Produkte erkennbar sind, müssen nach Ansicht des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Maßnahmen getroffen werden, die die Zuordenbarkeit der Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 BiozidG zu den in den Werbematerialien enthaltenen Biozid Produkten sicherstellen (z.B. dadurch, dass die Hinweise jeweils bei den Produktbeschreibungen selbst angeführt sind oder eine genaue Bezugnahme auf die beworbenen Biozid Produkte, die dann auch in zuordenbarer Nähe zu den Hinweisen gemäß § 26 Abs. 1 BiozidG beschrieben oder abgebildet sein müssen).

Da sich diese Hinweise gemäß ausdrücklicher Anordnung in § 26 BiozidG von der gesamten Werbung deutlich abheben müssen, und die Zuordenbarkeit gewährleistet sein muss, kann es nach den Umständen des Einzelfalles jedoch auch erforderlich sein, die Hinweise mehrfach anzubringen.

Für die Beurteilung, wann sich die Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 BiozidG deutlich von der gesamten Werbung abheben, wie dies gemäß § 26 Abs. 1 zweiter Satz BiozidG vorgesehen ist, können allgemeine Beurteilungskriterien festgemacht werden: Dieses Erfordernis wird in Werbematerialien, in denen in Schriftform und mit Bildern geworben wird, nur dann erfüllt sein, wenn die Hinweise etwa mit einer Überschrift: "Wichtige Sicherheitshinweise" übertitelt sind oder zumindest in einer anderen Schriftfarbe und größeren Schriftgröße als die Werbeaussagen gehalten sind, oder wenn andere graphische Maßnahmen, wie die Verwendung eines anderen Hintergrundes für die Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 BiozidG, fette Schrift, oder Ähnliches eine deutliche Abhebung bewirken. Dies gilt auch für Werbung im Fernsehen.

Wenn die Hinweise gemäß § 26 Abs. 1 BiozidG in einem Katalog auf irgendeiner beliebigen Seite, auf der gar keine Biozid Produkte abgebildet sind, in derselben Schriftgröße, derselben Schriftfarbe und ohne anderen Hintergrund wie z.B. die Produktbeschreibungen oder in winziger Schriftgröße, wie dies manchmal gesehen worden ist, angebracht sind, entspricht dies nicht den Anforderungen des § 26 Abs. 1 BiozidG, weil sich die Hinweise nicht von der gesamten Werbung deutlich abheben und zudem nicht „bei der Werbung für Biozid Produkte“ angebracht sind, sondern vom Adressaten der Werbung nur als weitgehend zusammenhanglos aufgefasst werden können. Wenn die Hinweise etwa vertikal angebracht sind, so ist dies nicht als prinzipiell unzulässig anzusehen, es sind aber besondere Maßnahmen notwendig, dass diese Form der Anbringung als deutlich und sich „abhebend“ von der Werbung gelten kann, weil die normale Leserichtung nicht eingehalten ist und es daher erhöhter Anforderungen bedarf, die Aufmerksamkeit des Lesers auf die in dieser Form angebrachten Hinweise zu lenken. Im Internet müssen die speziellen Hinweise in Zusammenhang mit der Produktpräsentation automatisch aufscheinen.

Da die Bestimmung, dass sich die Hinweise gemäß § 26 BiozidG deutlich von der Werbung (Werbebotschaft) abheben müssen, für alle Medien gilt, muss für die Rechtskonformität der Werbung für Biozid Produkte im Fernsehen vorausgesetzt werden, dass die speziellen Hinweise deutlich sichtbar und lesbar, optisch deutlich abgehoben vom anderen Bild und in einer vernünftigen Größe und Dauer eingeblendet sind, und/oder langsam und deutlich gesprochen mitgeteilt werden, ohne dass die Darstellung/Mitteilung der speziellen Hinweise durch rasche Wechsel der Hintergrundbilder oder durch ablenkende Geräusche (überlagernde Texte) gestört wird (sonst ist das Kriterium der Unterscheidbarkeit nicht erfüllt). Da ein extra durchlaufender Balken – wie in der Werbung für Arzneimittel üblich – oder eine Laufzeile während der ganzen Werbung für Biozid Produkte in § 26 BiozidG nicht ausdrücklich angeordnet ist, ist ein solcher nicht verlangt. Das Bundesministerium für Land und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft hält diese Art der Einschaltung von Sicherheitshinweisen – unter den obgenannten Voraussetzungen – durchaus als geeignetes Muster für die Einschaltung im Zusammenhang mit Werbung für Biozid Produkte.

Für den Bundesminister: Dr. Edmund Plattner
November 2004