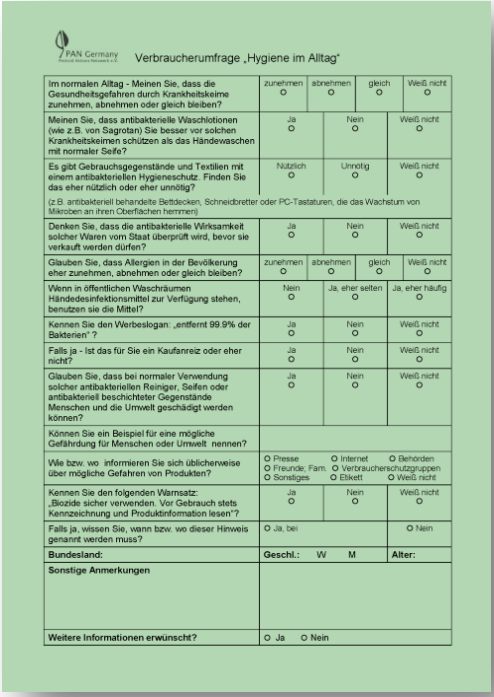
PAN Germany
Pestizid Aktions-Netzwerk e.V.

Hygiene im Alltag

Ergebnisse einer PAN-Umfrage



PAN Germany
Pestizid Aktions-Netzwerk e.V.

Verbraucherumfrage „Hygiene im Alltag“

Im normalen Alltag - Meinen Sie, dass die Gesundheitsgefahren durch Krankheitskeime zunehmen, abnehmen oder gleich bleiben?	zunehmen O	abnehmen O	gleich O	Weiß nicht O
Meinen Sie, dass antibakterielle Waschlotionen (wie z.B. von Sagrotan) Sie besser vor solchen Krankheitskeimen schützen als das Händewaschen mit normaler Seife?	Ja O	Nein O		Weiß nicht O
Es gibt Gebrauchsgegenstände und Textilien mit einem antibakteriellen Hygieneschutz. Finden Sie das eher nützlich oder eher unnötig? (z.B. antibakteriell behandelte Bettdecken, Schneidbretter oder PC-Tastaturen, die das Wachstum von Mikroben an ihren Oberflächen hemmen)	Nützlich O	Unnötig O		Weiß nicht O
Denken Sie, dass die antibakterielle Wirksamkeit solcher Waren vom Staat überprüft wird, bevor sie verkauft werden dürfen?	Ja O	Nein O		Weiß nicht O
Glauben Sie, dass Allergien in der Bevölkerung eher zunehmen, abnehmen oder gleich bleiben?	zunehmen O	abnehmen O	gleich O	Weiß nicht O
Wenn in öffentlichen Waschräumen Händedesinfektionsmittel zur Verfügung stehen, benutzen sie die Mittel?	Nein O	Ja, eher selten O		Ja, eher häufig O
Kennen Sie den Werbeslogan: „entfernt 99.9% der Bakterien“?	Ja O	Nein O		Weiß nicht O
Falls ja - Ist das für Sie ein Kaufanreiz oder eher nicht?	Ja O	Nein O		Weiß nicht O
Glauben Sie, dass bei normaler Verwendung solcher antibakteriellen Reiniger, Seifen oder antibakteriell beschichteter Gegenstände Menschen und die Umwelt geschädigt werden können?	Ja O	Nein O		Weiß nicht O
Können Sie ein Beispiel für eine mögliche Gefährdung für Menschen oder Umwelt nennen?				
Wie bzw. wo informieren Sie sich üblicherweise über mögliche Gefahren von Produkten?	O Presse O Freunde, Fam. O Sonstiges	O Internet O Verbraucherschutzgruppen O Etikett	O Behörden O Weiß nicht	
Kennen Sie den folgenden Warnsatz: „Biozide sicher verwenden. Vor Gebrauch stets Kennzeichnung und Produktinformation lesen“?	Ja O	Nein O		Weiß nicht O
Falls ja, wissen Sie, wann bzw. wo dieser Hinweis genannt werden muss?	O Ja, bei			O Nein
Bundesland:	**Geschl.:** W M			**Alter:**
Sonstige Anmerkungen				
Weitere Informationen erwünscht?	O Ja O Nein			

Verwenden Verbraucher Biozidprodukte im Alltag, halten sie diese für nützlich und wie informieren sie sich? PAN Germany fragte mit Schwerpunkt auf die persönliche Hygiene nach.

2014 wurden rund um das Hamburger Kulturfest „Altonale“ (s. Bild) und auf der Verbrauchermesse „Du und Deine Welt“ Besucher gebeten, einen kurzen Fragebogen auszufüllen. Beteiligt haben sich insgesamt 90 Personen. Die Auswertung ergab eine sehr ausgewogene Altersverteilung, allerdings nahmen doppelt so viele Frauen wie Männer teil.

Biozidprodukte werden gegen Schadorganismen eingesetzt. Im Falle von Desinfektionsmitteln bzw. antibakteriell wirkenden Hygiene- und Reinigungsprodukten werden Mikroorganismen wie Bakterien, Pilze oder Viren bekämpft. Das Angebot von Biozidprodukten ist jedoch viel größer. So zählen Schädlingsbekämpfungsmittel (z.B. Insektizide Rodentizide) unterschiedliche Schutzmittel (z.B. Holzschutzmittel) dazu.

Biozidprodukte sind potentiell gefährlich und können Menschen und Umwelt schaden. Es sind daher keine Alltagsprodukte und sollten nur dann verwendet werden, wenn sie tatsächlich notwendig sind.

Warnhinweis kaum bekannt

Seit nunmehr 12 Jahren gibt es in Deutschland die Rechtsvorschrift, Biozidprodukte in der Werbung mit einem speziellen Warnhinweis zu versehen. Dies betrifft jede Werbung beispielsweise in Werbeprospekten, in Online-Shops oder TV-Spots. Seit September 2013 gilt mit dem Inkrafttreten der Biozid-Verordnung diese Regelung europaweit (s. Box).

Warnhinweis in der Werbung von Biozidprodukten
(gem. Art. 72, Biozid-Verordnung 528/2012/EG)

(1) Jeder Werbung für Biozidprodukte ist zusätzlich zur Einhaltung der Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 folgender Hinweis hinzuzufügen: ***„Biozidprodukte vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformationen lesen.“*** Diese Sätze müssen sich von der eigentlichen Werbung deutlich abheben und gut lesbar sein.

(2) In der Werbung darf das Wort „Biozidprodukte“ in den vorgeschriebenen Sätzen durch den eindeutigen Verweis auf die beworbene Produktart ersetzt werden.
(Anm.: z. B. „Desinfektionsmittel vorsichtig verwenden…..“)

Der Hinweis soll potenziellen Anwendern bewusst machen, dass mit Biozidprodukten „nicht zu spaßen ist“ und diese nur zweckgebunden, ordnungsgemäß und vorsichtig eingesetzt werden dürfen. Dies betrifft auch ihre Entsorgung. Biozidprodukte bedürfen wie Medikamente und Pestizide einer Zulassung. Dies ist aber kein Freibrief für Unbedenklichkeit. Bei falschem Umgang drohen Gesundheitsschäden wie Reizungen oder Vergiftungen und ein unnötiger Einsatz führt zu vermeidbaren Umweltbelastungen. Die Warnsätze sind zugleich ein wichtiges Erkennungsmerkmal für Biozidprodukte, denn in Supermärkten und Drogerien sind Biozidprodukte inmitten von anderen Waren platziert. So steht die antibakterielle Seifenlotion neben der klassischen Seife ohne Zusatz von Desinfektionsmitteln wie Benzalkoniumchlorid und der Hygienespüler für die Waschmaschine neben den konventionellen Waschmitteln. Der Hinweis in der Werbung könnte die Kaufentscheidung beeinflussen, wenn er denn von den Verbrauchern wahrgenommen und als Warn- bzw. Sicherheitshinweis verstanden wird. Auf der Produktverpackung ist dieser Satz nicht verpflichtend vorgeschrieben.

In der PAN-Umfrage gaben 38% der Befragten an, den Hinweis zu kennen, den übrigen 62% waren die Sätze nicht bekannt oder sie waren unsicher (Abb. 1). Auf die Nachfrage, wann bzw. wo dieser Hinweis genannt werden muss, konnten allerdings nur 2% der Befragten den Satz korrekt mit der Produktwerbung in Verbindung bringen, 5% meinten, den Satz auf einer Verpackung gelesen zu haben.

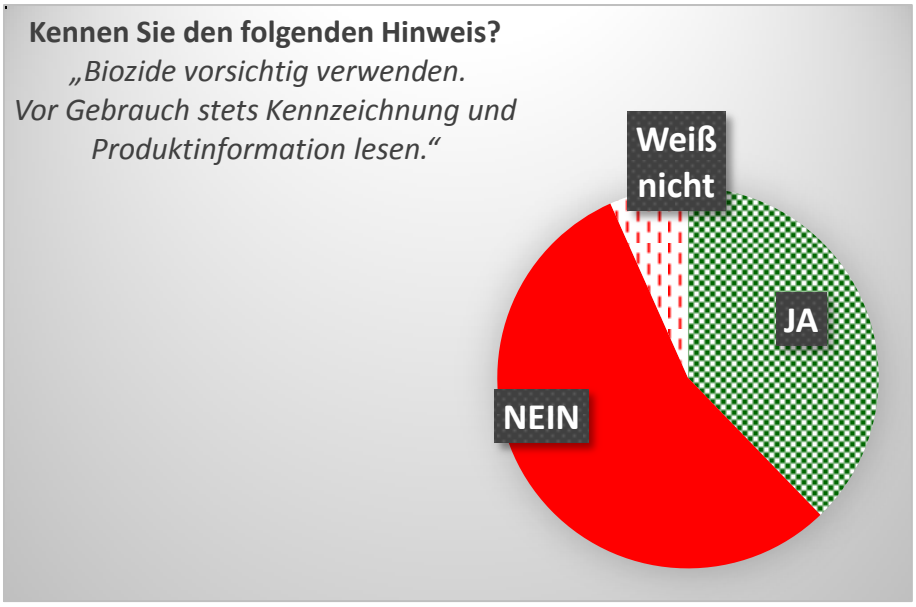


Abb. 1
38% der Befragten kennen den Hinweis, aber nur 2% bringen ihn mit Produktwerbung in Verbindung.

Biozidprodukte – nützlich oder unnötig?

Die Befragten wurden nach ihrer Einschätzung der Gesundheitsrisiken durch Infektionen gefragt. Eine überwiegende Anzahl der Befragten (61%) glaubt an eine zunehmende Gefährdung im Alltag, nur 9% denken, dass sich die Situation verbessert (Abb. 2). Obwohl explizit zur Alltagssituation gefragt wurde, ist davon auszugehen, dass viele der Befragten an die in den Medien häufig behandelten Probleme von multiresistenten Keimen in Krankenhäusern dachten.

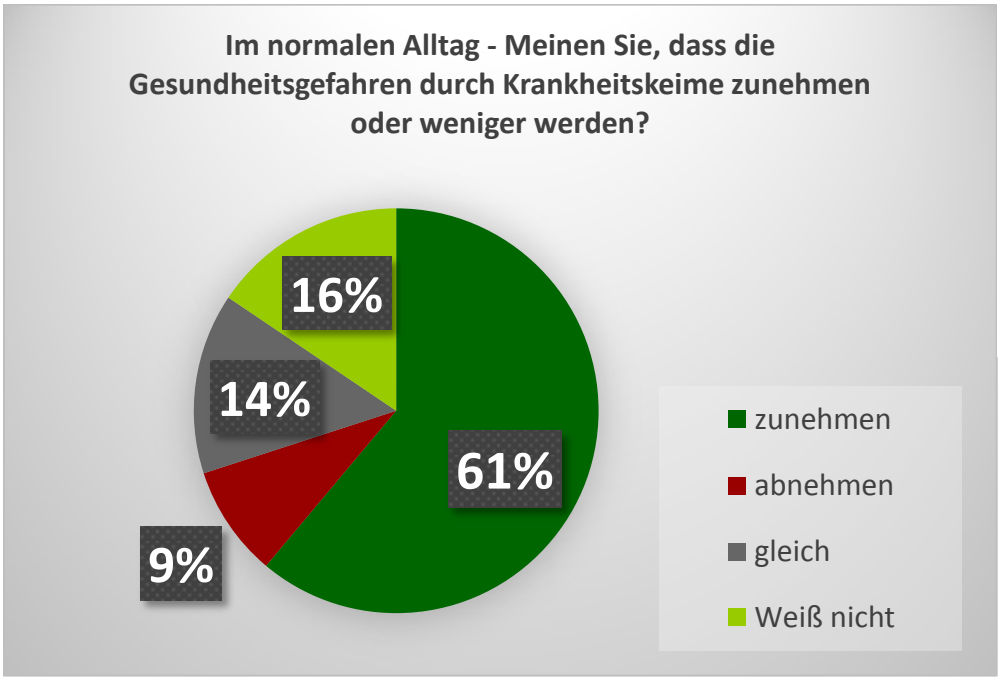


Abb. 2
Über 60% der Befragten denken, zunehmenden Gesundheitsgefahren durch Keime im Alltag ausgesetzt zu sein.

Die Werbung von Biozidprodukten bedient sich dieser Ängste und bewirbt ihre Hygiene- und Reinigungsprodukte als notwendigen Gesundheitsschutz für die Familie, am Arbeitsplatz und für unterwegs. PAN recherchierte einen Fall, in dem ein Händedesinfektionsmittel sogar als „Lifestyle-Produkt“ beworben wurde.

Die Händedesinfektion wird von vielen der Befragten als wirksame Hygienemaßnahme „für unterwegs“, also im öffentlichen Raum empfunden. So nutzen 70% der befragten Personen manchmal oder häufig Händedesinfektionsmittel auf öffentlichen Toiletten, wenn die Mittel dort zur Verfügung stehen (Abb. 3). In der Regel sind dies alkoholische Desinfektionsmittel, die Risiken wie Allergien und Hautreizungen bergen aber keine Bakterienresistenzen fördern. Gefragt nach Allergien stimmten 93% der Befragten der Aussage zu, dass Allergien in der Bevölkerung zunehmen. Geht es um öffentliche Toiletten werden die möglichen Risiken der Mittel offenbar von der Mehrheit in Kauf genommen.

Wesentlich kritischer fiel die Meinung zu antibakteriellen Seifen aus. Gefragt wurde, ob antibakterielle Waschlotionen besser vor Krankheitskeimen schützen als das Händewaschen mit normaler Seife. 63% der Befragten glaubten nicht an einen besseren Gesundheitsschutz, 10% hatten keine Meinung und immerhin 17% glaubten an einen Gesundheitsvorteil durch solche Biozidprodukte.

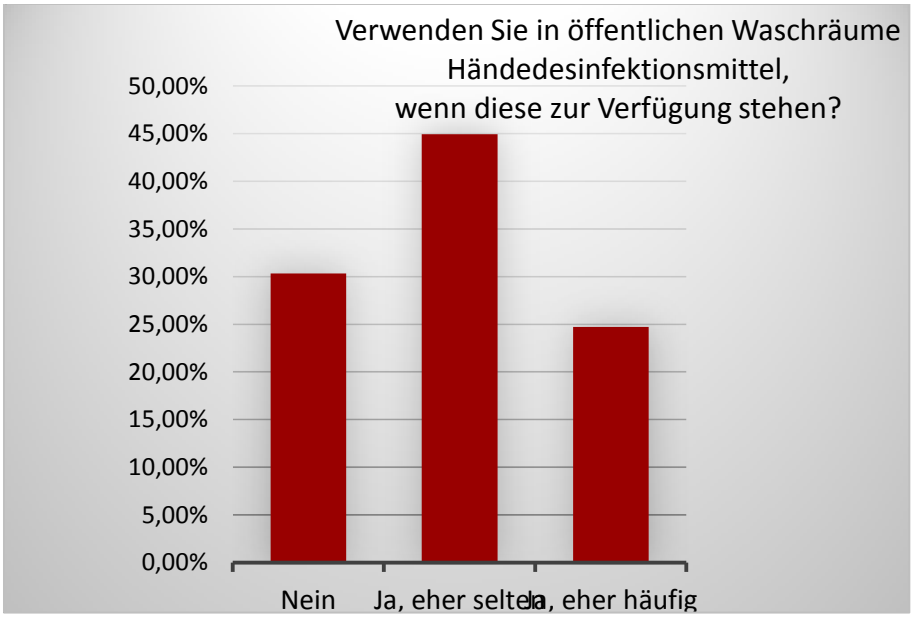


Abb. 3
70% der Befragten desinfizieren ihre Hände nach Möglichkeit manchmal oder häufig auf öffentlichen Toiletten.

Die Fachbehörden sind sich einig: Es gibt keine wissenschaftlich fundierten Belege für einen besseren Gesundheitsschutz bzw. für messbar verringerte Infektionszahlen während der Verwendung antibakterieller Seifen oder antibakterieller Reinigungsmittel. Neben der unnötigen Umweltbelastung drohen bei bestimmten häufig eingesetzten Biozid-Wirkstoffen die Förderung von Bakterienresistenzen, da

die Wirkstoffe in antibakteriellen Haushaltprodukten oft zu gering dosiert sind und sie häufig auch nicht ordnungsgemäß eingesetzt werden. Aus nur einem überlebenden Bakterium kann sich ein unempfindlicher, resistenter Bakterienstamm entwickeln, gegen die nicht nur die eingesetzten Wirkstoffe, sondern auch lebenswichtige Antibiotika nicht mehr wirken können. Solche Produkte sind also nicht nur unnötig, sondern können schädliche Auswirkungen auf Mensch und Umwelt haben. Die überwiegende Skepsis der Befragten ist somit begründet.

Gefragt wurde des Weiteren nach dem Nutzen biozidbehandelter Gebrauchsgegenstände wie Textilien oder Haushaltsartikel mit einem extra antibakteriellen Hygieneschutz. Als unnötige Angebote empfanden dies 75% und als nützlich 19% der Befragten. Ähnlich fielen die Meinungen zu der Frage aus, ob der deutsche Staat die antibakterielle Wirksamkeit der biozibehandelten Waren vor dem Inverkehrbringen überprüfen würde. 20% gehen davon aus, 64% glauben nicht an eine amtliche Wirksamkeitsprüfung. Der Rest der Befragten hatte keine Meinung zu den Fragen. Tatsächlich unterliegen Biozidprodukte einer Zulassungsprüfung aber in der Regel nicht die Waren, die mit diesen Biozidprodukten behandelt werden. Der Hygieneeffekt eines antibakteriell ausgerüsteten Schneidbrettchens wird voraussichtlich auch zukünftig nicht von amtlicher Seite überprüft werden.

Informieren – aber wo?

Wo informieren sich Verbraucher und Verbraucherinnen über Produktgefahren? Am häufigsten werden Internet und Presse genannt, der Blick auf das Etikett folgt erst an dritter Stelle (Abb. 4). Informationen von Behörden werden im Vergleich selten genutzt. Etwas besser schneiden Verbraucherschutzorganisationen ab.

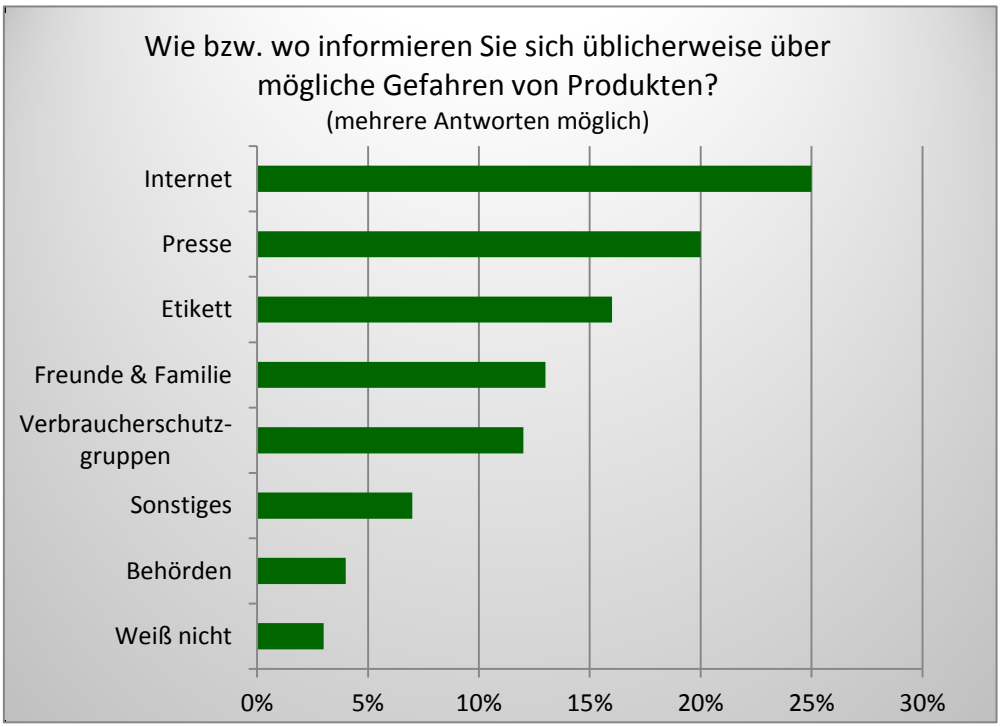


Abb. 4 Informationsquellen in Sachen Produktgefahren sind vorrangig Internet und Presse.

Fazit:

Das Ergebnis der Umfrage zeigt, dass im Gegensatz zum vergleichbaren Hinweis in der Arzneimittelwerbung „Fragen Sie ihren Arzt oder Apotheker“ die Warnsätze für Biozidprodukte in der Bevölkerung kaum bewusst wahrgenommen werden. Dies ist ein schlechtes Resultat, da die Hinweispflicht bereits seit rund 12 Jahren besteht. Dies liegt aus PAN-Sicht auch daran, dass viele Anbieter, insbesondere bei TV-Spots, nur unzureichend die Rechtsvorschrift befolgen, wonach der Hinweis „sich von der eigentlichen Werbung deutlich abheben und gut lesbar sein“ muss. In der Fernsehwerbung werden die Sätze in der Regel am unteren Rand in winziger Schrift für nur wenige Sekunden eingeblendet, in Online-Shops oder Prospekten wird auch schon mal der Hinweis ganz vergessen.

Generell scheint es notwendig, dass die behördliche Überwachung engmaschiger und mit restriktiveren Bußgeldern die Biozidwerbung kontrolliert. Wünschenswert wäre es, vergleichbar zu der Arzneimittelwerbung, gesprochene Hinweise zusätzlich zum eingeblendeten Text in die Fernsehwerbung verbindlich einzuführen. Dies würde das Bewusstsein der Konsumenten, besondere Vorsichtsmaßnahmen bei diesen zulassungsbedürftigen Produkten walten zu lassen, wesentlich verbessern. Außerdem könnten Öffentlichkeitskampagnen dazu beitragen, den Warnhinweis in der Bevölkerung bekannter zu machen.

PAN Germany sammelt Beispiele unzureichender Biozidwerbung und wird fallbezogen Beschwerden an die Fachstellen der Länder und des Bundes weiterleiten. Verbraucher, die solche Fälle mitteilen möchten, können hierzu den Meldebogen nutzen, der für biozidbehandelte Waren auf der PAN-Website online gestellt ist. Diesbezüglich ist anzumerken, dass es keine Werbevorschriften für biozidbehandelte Waren gibt, allerdings Deklarationsregeln für die Ware selbst. Interessierte können den Meldebogen und weitere Informationen zu den Vorschriften bei biozidbehandelten Waren auf der PAN-Website unter ▶Biozide ▶Verbraucherrechte finden.

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass Konsumenten zweck- und produktspezifisch den jeweiligen Nutzen für sich abwägen: Händedesinfektionsmittel können unter besonderen Situationen sinnvoll sein. Bei antibakteriellen Biozidprodukten und behandelten Alltagsgegenständen wird von Vielen der Nutzen angezweifelt. Aussagen zum konkreten Einkaufsverhalten lassen sich aus diesem Stimmungsbild aber nicht ziehen. Es besteht das grundsätzliche Problem, dass Verbraucher genaue Kenntnisse benötigen, damit sie Biozidprodukte und biozidbehandelte Waren vom übrigen Warenangebot unterscheiden können. So wandern höchstwahrscheinlich viele Biozidprodukte unbewusst in den Warenkorb. Außerdem ist es wahrscheinlich, dass eine repräsentative Umfrage zu weniger eindeutigen Ergebnissen kommen würde, da die PAN-Befragung nicht gänzlich unbeeinflusst von den Begleitumständen zu sehen ist. So ist davon auszugehen, dass auf den

Veranstaltungen überdurchschnittlich viele Personen anzutreffen waren, die mit einem bewussteren und kritischen Konsumentenblick auf Warenangebote schauen.

Das Internet und das Etikett mit den Gefahrenhinweisen und Gefahrensymbolen sind wichtige Informationsquellen für Verbraucher, um mögliche Gefahren zu erkennen und eine Kaufentscheidung zu treffen. Was aber tun, wenn diese Informationen vor dem Kauf gar nicht zur Verfügung stehen? Genau dies ist die Regel bei dem sich rasant entwickelnden Onlinehandel. Im Kontext zu den gesetzlichen Vorschriften verstehen sich Online-Shops als Werbeplattform. Dies bedeutet, dass nur der verpflichtende Warnhinweis (s.o.) abgedruckt wird. Zusatzinformationen zur Wirkstoffzusammensetzung, der Zulassungs- oder Registriernummer oder gar zur Gefahrenkennzeichnung und zu Sicherheitshinweisen werden nur in Ausnahmefällen dargestellt. Aus PAN-Sicht muss beim Onlinehandel deutlich regulativ nachgebessert werden. Verbraucher haben – insbesondere bei zulassungsbedürftigen Artikeln wie Biozidprodukten - Anspruch auf umfassende Informationen und zwar vor dem Kaufabschluss.

Außerdem bedarf es noch mehr Anstrengungen, um die Informationsangebote der Fachbehörden wie das des Biozidportals des Umweltbundesamtes www.biozid.info in der Bevölkerung bekannt zu machen. Mit der neuen Biozid-Verordnung (Art. 17) wurde das deutsche Modell der Verbraucherinformation auf EU-Ebene übernommen. Die Behörden sind demnach verpflichtet, in allen EU-Mitgliedsstaaten erforderliche Maßnahmen zu ergreifen, „um der Öffentlichkeit geeignete Informationen über Nutzen und Risiken von Bioziden bereitzustellen sowie über Möglichkeiten zu informieren, den Einsatz von Biozidprodukten zu minimieren“.

Weitere Informationen

PAN-Germany Website:
http://www.pan-germany.org/deu/projekte/biozidrisiken_mindern/publikationen.html
PAN Germany Blog: http://blog.pan-germany.org/category/biozide/
PAN-Film: „Haushaltstipps: Sauber & hygienisch ohne gefährliche Biozide“:
https://www.youtube.com/watch?v=jNbzPT2H6Wg

PAN Germany
Pestizid Aktions-Netzwerk e.V.

© Pestizid Aktions-Netzwerk e.V. (PAN Germany)
Nernstweg 32, 22765 Hamburg, Tel. +49 (0)40 3991910-0
info@pan-germany.org, www.pan-germany.org
Spendenkonto: GLS Gemeinschaftsbank eG
IBAN: DE91 4306 0967 2032 0968 0 BIC/SWIFT: GENODEM1GLS
Text: Susanne Smolka

PAN Germany bedankt sich für die finanzielle Unterstützung bei:

Umwelt Bundesamt

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Die Förderer übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen der Förderer übereinstimmen.