

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

## Leitfaden: Einzelraumheizgeräte richtig im Internet kennzeichnen

Die rechtskonforme Kennzeichnung von Einzelraumheizgeräten (z.B. Kaninöfen) im Internet ist nicht trivial. Unter anderem schon deshalb, weil der Umfang der Kennzeichnungspflichten davon abhängt, ob Einzelraumheizgeräte konkret angeboten oder bloß beworben werden. Die IT-Recht Kanzlei stellt sich der Herausforderung und veröffentlicht einen aktuellen Leitfaden zur rechtssicheren Kennzeichnung von Einzelraumheizgeräten im Internet.

### A. Abmahnsichere Rechtstexte

Grundvoraussetzung für den abmahnsicheren Verkauf von Einzelraumheizgeräten 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 Einzelraumheizgeräten 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. Allgemeine Fragen zur Kennzeichnung

### Frage: Was ist ein Einzelraumheizgerät?

Gemäß Artikel 2 Nr. 1 der **EU-Verordnung Nr. 2015/1186** bezeichnet der Begriff "Einzelraumheizgerät" ein Raumheizgerät, das Wärme entweder durch direkte Wärmeübertragung oder durch direkte Wärmeübertragung in Verbindung mit der Wärmeübertragung auf ein flüssiges Medium abgibt, um innerhalb eines geschlossenen Raumes, in dem sich das Produkt befindet, ein bestimmtes, für Menschen angenehmes Temperaturniveau zu erreichen und aufrechtzuerhalten, wobei Wärme auch an andere Räume abgegeben werden kann, und das mit einem oder mehreren Wärmeerzeugern ausgestattet ist, die elektrische Energie bzw. die chemische Energie gasförmiger, flüssiger oder fester Brennstoffe mittels des Joule-Effekts bzw. durch Verbrennung direkt in Wärme umwandeln

### Frage: Welche Einzelraumheizgeräte unterliegen der Energieverbrauchskennzeichnung?

Dabei geht es gemäß Artikel 1 EU-Verordnung Nr. 2015/1186 um Einzelraumheizgeräte mit einer Nennwärmeleistung von höchstens 50 kW.

### Frage: Welche Einzelraumheizgeräte bedürfen keiner Energieverbrauchskennzeichnung?

Folgende Geräte bedürfen keiner Energieverbrauchskennzeichnung (vgl. Artikel 1 Abs. 2 EU-Verordnung Nr. 2015/1186):

- elektrische Einzelraumheizgeräte;
- Einzelraumheizgeräte, die Wärme in einem Kaldampfkreisprozess oder Sorptionskreisprozess erzeugen und mit elektrischen Verdichtern oder Brennstoffen betrieben werden;
- Einzelraumheizgeräte für feste Brennstoffe, die nur für die Verbrennung nicht-holzartiger Biomasse bestimmt sind;
- Einzelraumheizgeräte, die nicht dazu bestimmt sind, in Innenräumen mithilfe von Wärmekonvektion oder -strahlung ein für Menschen angenehmes Temperaturniveau herzustellen oder aufrechtzuerhalten;
- Einzelraumheizgeräte, die nur für die Anwendung im Freien bestimmt sind;
- Einzelraumheizgeräte, deren direkte Wärmeleistung bei Nennwärmeleistung weniger als 6 % der kombinierten direkten und indirekten Wärmeleistung beträgt;
- Einzelraumheizgeräte für feste Brennstoffe, die nicht werkseitig montiert werden oder nicht als vorgefertigte Komponenten oder Teile von demselben Hersteller zur Montage vor Ort geliefert werden;
- Hellstrahler und Dunkelstrahler;
- Luftheizungsprodukte;
- Saunaöfen.

## C. Konkrete Kennzeichnungspflichten

### I. Werbung oder Angebot: Davon hängt Umfang der Kennzeichnung ab

Es ist ganz entscheidend, ob ein Online-Händler ein Einzelraumheizgerät im Internet

- lediglich **bewirbt** oder
- konkret **anbietet**.

Genau hiervon hängt der Umfang der gesetzlichen Kennzeichnungspflicht ab!

### 1. Bloße Werbung = reduzierte Kennzeichnung

Bewirbt ein Online-Händler bloß ein Einzelraumheizgerät im Internet, so zeigt sich der Gesetzgeber genügsam:

Es ist in der Werbung lediglich die Energieeffizienzklasse des Modells anzugeben (s. Art. 4c EU-Verordnung Nr. 2015/1186).

Aber Achtung: Dies gilt unabhängig davon, ob die Bewerbung eines bestimmten Einzelraumheizgeräts energiebezogene oder preisbezogene Informationen enthält.

### 2. Konkretes Angebot = umfassende Kennzeichnung

Wird dagegen ein Einzelraumheizgerät im Internet konkret angeboten, so sind deutlich umfangreichere Kennzeichnungspflichten umzusetzen:

Es ist in der Nähe des Produktpreises

- das elektronische Etikett sowie
- das Produktdatenblatt

im Angebot zu integrieren.

(s. Anhang VII der EU-Verordnung Nr. 2015/1186).

### 3. Was ist Werbung? Was ein Angebot?

Die Abgrenzung zwischen bloßer Werbung und einem Angebot kann im Einzelfall äußerst kompliziert und mit großen Rechtsunsicherheiten behaftet sein.

Online-Händlern, denen es um größtmögliche Rechtssicherheit geht, sei zu folgender Unterscheidung geraten:

a. Von einer bloßer **Bewerbung** eines Einzelraumheizgeräts sollte ausschließlich dann ausgegangen werden, wenn

- der Preis für das Einzelraumheizgerät und/oder
- der Verkäufer des konkret beworbenen Einzelraumheizgeräts

nicht genannt wird.

b. Dagegen sollte von einem **Angebot** immer dann ausgegangen werden, wenn der Produktpreis **und** der Verkäufer bekannt ist.

**Praxishinweis:** Aus dem Grunde empfiehlt die IT-Recht Kanzlei Händlern, die einen eigenen Online-Shop betreiben, **sämtliche** Darstellungen bepreister Einzelraumheizgeräte in kennzeichnungsrechtlicher Hinsicht als Angebote einzuordnen - unabhängig davon, ob Warenkorb-Button dargestellt werden oder nicht. Dies betrifft bspw. Kategorie-Übersichten,

- Artikeldetailseiten,
- Shop-Suchergebnisse,
- Cross-selling-Angebote,
- Newsletter,
- Besondere Darstellungen "zuletzt angesehen", "zu diesem Artikel passt auch ..." oder "andere Käufer kauften auch ..."

#### 4. Beispiel für bloße Werbung



A+

### Justus Island 7 Stahl gussgrau

in Kamine & Öfen

ab **863,99 €\***

[7 Preise vergleichen](#)

Bei diesem Beispiel handelt es sich um einen Kaminofen, der bei billiger.de beworben wird. Es ist bloße Werbung (und kein Angebot), da der Verkäufer noch unbekannt bzw. gesondert auszuwählen ist.

## 5. Beispiele für Angebote

Erstes Beispiel:



€ 1.892,64 inkl. MwSt. zzgl. [Versandkosten](#)

 Zahle bequem z.B. € 51,90 mtl. in 48 Raten ›

 In den Warenkorb

 Artikel merken

Verkäufer: **OTTO** [AGB](#) | [Datenschutz](#) | [Impressum](#)

 [Produktdatenblatt \(PDF\)](#)

Diese Darstellung eines Kaminofens (in einem Online-Shop) ist ohne Zweifel ein konkretes Angebot. Der Verkäufer und der Preis sind bekannt, zudem ist es möglich die Ware direkt in den Warenkorb zu legen.

Zweites Beispiel:



Thermia

Kaminofen »München«



750,00 €

Dieser Kaminofen wurde (zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Beitrags) bei [quelle.de](https://www.quelle.de) beworben. Der Anbieter ist bekannt (Quelle-GmbH), die Preise sind es auch. Unabhängig davon, dass

- es keinen Warenkorb-Button gibt
- es so gut wie keine Produktinformationen gibt,

empfiehlt die IT-Recht Kanzlei (sicherheitshalber) diese Darstellung in kennzeichnungsrechtlicher Hinsicht als konkretes Angebot zu behandeln.



## II. Pflichtkennzeichnung bei bloßer Werbung

Wie bereits oben besprochen, ist bei der bloßen **Bewerbung** eines bestimmten Einzelheizgeräts im Internet

- die Energieeffizienzklasse
- das Spektrum der auf dem Etikett verfügbaren Effizienzklassen

anzugeben.

Dies gilt **unabhängig** davon, ob die Bewerbung eines bestimmten Kaminofens energiebezogene oder preisbezogene Informationen enthält.

**Positivbeispiel:**



### Justus Island 7 Stahl gussgrau

in Kamine & Öfen

ab **863,99 €\***

7 Preise vergleichen

Bei diesem Beispiel handelt es sich um einen Kaminofen, der bei billiger.de beworben wird. Es ist bloße Werbung (und kein Angebot), da der Verkäufer noch unbekannt bzw. gesondert auszuwählen ist. Diese Werbung enthält richtigerweise eine Angabe zur Energieeffizienzklasse.

### III. Pflichtkennzeichnung bei konkreten Angeboten

Wie bereits oben dargestellt, haben Online-Händler beim Verkauf von Einzelheizgeräten

- das elektronische Etikett sowie
- das Produktdatenblatt

in das Angebot zu integrieren.

Im Einzelnen:

## 1. Einbindung des elektronischen Etiketts

Wird das Etikett graphisch direkt in das Angebot eingebunden, so muss es in der Nähe des Preises dargestellt werden.

Da aber die rechtlich vorgegebene Größe des elektronischen Etiketts (mindestens 105 mm breit und 200 mm hoch) viel Platz kostet, ist es in rechtlicher Hinsicht auch ausreichend, das Etikett bloß im Angebot zu verlinken.

Hierbei sind jedoch folgende Regeln einzuhalten:

So muss ein Pfeil in der Farbe der Energieeffizienzklasse des Produkts auf dem Etikett verwendet werden. Dieser Pfeil muss die Energieeffizienzklasse des Produktes als Buchstabe ggf. mit einem "+" dahinter in Weiß und in einer Schriftgröße enthalten, die der des Preises entspricht.

Beispiel:



**Praxishinweis:** Beispiel: wird ein Produkt mit der Energieeffizienzklasse "A++" angeboten, muss der Pfeil in dem für diese Klasse vorgesehenen Grün abgebildet werden. Wird der Preis im Angebot in Schriftgröße 28 pt. dargestellt, muss der Pfeil den Buchstaben "A++" in Grün und in Schriftgröße 28 pt. ausweisen. Die Größe des Pfeils ist dabei an die Schriftgröße des Preises so anzupassen, dass die ausgewiesene Effizienzklasse noch innerhalb des Pfeils dargestellt werden kann.

Weiterhin ist Folgendes zu beachten:

- der Pfeil muss auf dem Bildschirm des Verbrauchers **in der Nähe des Produktpreises** dargestellt werden
- die Bilddatei des Pfeils muss mit einem Link zum Etikett versehen sein
- das Etikett muss nach einem Mausklick auf das Bild des Pfeils, nach einem Maus-Rollover über das Bild oder nach dem Berühren oder Aufziehen des Bildes auf einem Touchscreen angezeigt werden
- das Etikett muss in einem Pop-up-Fenster, auf einer neuen Registerkarte, auf einer neuen Seite oder als Einblendung angezeigt werden
- die Anzeige des Etiketts muss mit Hilfe einer Option zum Schließen oder mit einem anderen Standard-Schließmechanismus beendet werden können

## 2. Produktdatenblatt

In der Nähe des Gesamtpreises des Kaminofens ist das (vom Lieferanten bereitgestellte) Produktdatenblatt darzustellen. Die Größe ist so zu wählen, dass das Produktdatenblatt gut sichtbar und leserlich ist. Eine bloße Verlinkung des Datenblatts ist zulässig. Der Link muss in dem Fall lauten "Produktdatenblatt".

## 3. Beispiele

Positivbeispiel:



€ 1.892,64 inkl. MwSt. zzgl. [Versandkosten](#)

 Zahle bequem z.B. € 51,90 mtl. in 48 Raten ›

 In den Warenkorb

 Artikel merken

Verkäufer: **OTTO** [AGB](#) | [Datenschutz](#) | [Impressum](#)

 **A+** [Produktdatenblatt \(PDF\)](#)

Dieses Angebot findet sich aktuell bei otto.de. Die Energieverbrauchskennzeichnung wird hier gut gelöst:

- Der Pfeil wird in der Nähe des Produktpreises dargestellt.
- Die Farbe des Pfeils entspricht der Energieeffizienzklasse, nämlich dunkelgrün.
- Der Buchstabe entspricht der Energieeffizienzklasse: A+
- Die Größe des Buchstaben entspricht der Schriftgröße des Preises
- Klickt man auf den Pfeil, so erscheint das Etikett in Originalgröße (von einer entsprechenden Abbildung wird hier abgesehen)
- Auch das Produktdatenblatt ist als Link ("Produktdatenblatt") im PDF-Format in der Nähe des Preises hinterlegt.

Autor:

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

Rechtsanwalt