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

Leitfaden: Reifen richtig im Internet kennzeichnen

Zum 01.05.2021 wird die neue EU-Verordnung 2020/740 die Anforderungen an eine rechtskonforme Kennzeichnung von Reifen vollständig reformieren und zudem unterschiedliche Pflichtspektren für drei verschiedene Darstellungsformate (bloße Werbung, technisches Werbematerial, konkrete Angebote) vorgeben. Wie Reifen im Internet künftig korrekt zu kennzeichnen sind und welche verschiedenen Informationspflichten für die unterschiedlichen Darstellungsformate gelten, zeigt die IT-Recht Kanzlei in diesem Leitfaden auf.

A. Abmahnsichere Rechtstexte

Grundvoraussetzung für den abmahnsicheren Verkauf von Reifen 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 Reifen 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. Kennzeichnungspflichten: Allgemeine Fragen

Welche Reifen sind überhaupt kennzeichnungspflichtig?

Die EU-Verordnung Nr. 2020/740 gilt nicht für alle Kraftfahrzeugreifen. Vielmehr findet die Verordnung nach ihrem Artikel 2 Abs. 1 nur Anwendung auf in Verkehr gebrachte Reifen der folgenden Klassen:

- C1,
- C2 und
- C3.

Exkurs: Was bedeutet in dem Zusammenhang "Inverkehrbringen"?

Hierzu die FAQ der EU-Kommission:

> *"Artikel 3 Absatz 18 EU-Verordnung 2020/740 verweist auf die Definition des Begriffs in Artikel 3 Absatz 2 der Verordnung (EU) 2019/1020 über die Marktüberwachung und Konformität von Produkten: "Inverkehrbringen" bedeutet die erstmalige Bereitstellung eines Produkts auf dem Unionsmarkt. Gemäß Artikel 3 Absatz 17 der Reifenkennzeichnungsverordnung in Verbindung mit Artikel 3 Absatz 1 der Marktüberwachungsverordnung bedeutet "Bereitstellung auf dem Markt" jede entgeltliche oder unentgeltliche Abgabe eines Produkts zum Vertrieb, Verbrauch oder zur Verwendung auf dem Unionsmarkt im Rahmen einer gewerblichen Tätigkeit. In diesem Zusammenhang ist es wichtig zu betonen, dass sich der Begriff des Inverkehrbringens auf jeden einzelnen Reifen (Einheit) und nicht auf einen Reifentyp bezieht."*

Zur Bestimmung dieser Klassen ist gemäß Art. 3 Nr. 1 der Verordnung ein Rückgriff auf Art. 8 der EG-Verordnung 661/2009 erforderlich, der hinsichtlich der dort genannten Fahrzeugklassen wiederum auf Anhang II Teil A der Richtlinie 2007/46/EG verweist.

Vereinfacht ausgedrückt findet die Verordnung damit Anwendung auf

- Reifen für Kraftfahrzeuge zur Personenbeförderung wie etwa Pkw, Wohnmobile, Busse (C1),
- Reifen für Nutzfahrzeuge (etwa Transporter, Lkw oder Anhänger) mit dem Geschwindigkeitskategoriesymbol ? N (C2) und
- Reifen für Nutzfahrzeuge mit dem Geschwindigkeitskategoriesymbol ? M (C3).

Somit sind vorwiegend Reifen für Kraftfahrzeuge zur Personen- und Güterbeförderung sowie bestimmte Anhänger, abhängig u.a. vom zulässigen Gesamtgewicht und Anzahl der Sitzplätze erfasst. Bereifung für handelsübliche Personenkraftwagen und Kleintransporter fällt durchweg in den Anwendungsbereich der Verordnung, ebenso die Bereifung für einen Großteil der leichten und schweren Nutzfahrzeuge.

Welche Reifen sind nicht kennzeichnungspflichtig?

Reifen, die nicht den Klassen C1, C2 oder C3 zuzuordnen sind, fallen grundsätzlich nicht in den Anwendungsbereich der EG-Verordnung EU-Verordnung Nr. 2020/740.

Aber auch nicht alle Reifen der Klassen C1, C2 und C3 unterliegen der Verordnung. Für bestimmte Reifentypen dieser Klassen gilt die Verordnung ausweislich des Artikels 2 Abs. 2 nicht.

Ausgenommen vom Anwendungsbereich sind danach neben Reifen, die nicht unter die Klassen C1, C2 oder C3 fallen:

- Reifen für den harten Geländeeinsatz (Spezialreifen, der vor allem unter schweren Geländebedingungen zum Einsatz kommt)
- Reifen, die ausschließlich für die Montage an Fahrzeugen ausgelegt sind, deren Erstzulassung vor dem 1. Oktober 1990 erfolgte;
- T-Notradreifen (Notreifen, der für den Betrieb mit einem höheren Druck als dem für Standardreifen und verstärkte Reifen festgelegten Druckbereich ausgelegt ist)
- Reifen mit einer zulässigen Geschwindigkeit von weniger als 80km/h
- Reifen für Felgen mit einem Nenndurchmesser ? 254 mm oder ? 635 mm
- Reifen mit Zusatzvorrichtungen zur Verbesserung der Traktion, z. B. Spikereifen
- Reifen, die ausschließlich für die Montage an Fahrzeugen ausgelegt sind, die ausschließlich für Rennen bestimmt sind
- gebrauchte Reifen, sofern solche Reifen nicht aus einem Drittland importiert werden.

Fallen Reifen für Krafträder in den Anwendungsbereich der Verordnung?

Nein, Reifen für Mofas, Mopeds, Motorroller und Motorräder sind nicht von der EU-Verordnung Nr. 2020/740 erfasst. Die Bereifung von Zweirädern lässt sich keiner der Reifenklassen C1, C2 oder C3 zuordnen und bleibt damit außen vor.

Was gilt für Reifen, die vor dem 01.05.2021 hergestellt oder in den Verkehr gebracht worden sind?

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Verpflichtungen zur Kennzeichnung und zur Registrierung im EPREL in Bezug auf das Datum der Herstellung und das Datum des Inverkehrbringens, für alle möglichen Szenarien:

Tyre produced	Tyre placed on the market	Obligation for label and PIS to accompany the tyre (Article 4.1)	Obligation to upload information in EPREL (Articles 5.1. 5.2 & 5.3, Annex VII)
Before 25 June 2020 (up to 2620)	Before 25 June 2020	No[2]	On voluntary basis
	Before 1 May 2021	No[2]	On voluntary basis
	After 1 May 2021	Yes	On voluntary basis
Between 25 June 2020 and 30 April 2021 (2720 to 1721)	Before 1 May 2021	No[2]	Yes, by 30 November 2021
	After 1 May 2021	Yes	Yes, by 30 November 2021
From 1 May 2021 (from 1821)	After 1 May 2021	Yes	Yes, before placing on the market

(Quelle: FAQ der EU-Kommission)

Werbung oder Angebot: Davon hängt Umfang der Kennzeichnung ab

Es ist ganz entscheidend, ob ein Online-Händler einen bestimmten Reifentypen im Internet

- bloß **bewirbt**,
- **in technischem Werbematerial** bewirbt oder
- konkret **anbietet.**

Genau hiervon hängt der Umfang der gesetzlichen Kennzeichnungspflicht ab!

Einfache Werbung = reduzierte Kennzeichnung

Bewirbt ein Online-Händler bloß einen bestimmten Reifentyp im Internet außerhalb von technischem Werbematerial, so zeigt sich der Gesetzgeber genügsam:

Es ist in der Werbung lediglich das elektronische Etikett darzustellen. Wenn auf dem Werbematerial der Preis dieses Reifens angegeben ist, ist die Reifenkennzeichnung in der Nähe der Preisangabe anzuzeigen.

Gerade bei visuellem Werbematerial im Internet für einen bestimmten Reifentyp ist es in rechtlicher Hinsicht auch ausreichend, das Etikett bloß bei der Werbung zu verlinken (sog. "geschachtelte Anzeige", vgl. Artikel 6 Abs. 2 EU-Verordnung Nr. 2020/740).

Empfehlung der IT-Recht Kanzlei zur "geschachtelten Anzeige"

Die EU-Verordnung Nr. 2020/740 äußert sich selber nicht zu den Anforderungen, die bei einer "geschachtelten Anzeige" einzuhalten sind.

Die IT-Recht Kanzlei empfiehlt bei der Verlinkung des Etiketts die Einhaltung folgender Regeln (analog der Vorgaben diverser anderer EU-Kennzeichnungsverordnungen):

So sollte ein (links oder rechtsbündiger) Pfeil in der Farbe der Energieeffizienzklasse des Produkts auf dem Etikett verwendet werden. Dieser Pfeil sollte die Energieeffizienzklasse des Produktes als Buchstabe in Weiß und in einer Schriftgröße enthalten, die der des Preises entspricht. Außerdem sollte der Pfeil auf der stumpfen, also nicht zugespitzten Seite das Spektrum der Effizienzklassen ausweisen.

Zudem sollte:

- der Pfeil auf dem Bildschirm des Verbrauchers **in der Nähe des Produktpreises** dargestellt werden
- die Bilddatei des Pfeils mit einem Link zum Etikett versehen sein
- das Etikett 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 in einem Pop-up-Fenster, auf einer neuen Registerkarte, auf einer neuen Seite oder als Einblendung angezeigt werden
- die Anzeige des Etiketts mit Hilfe einer Option zum Schließen oder mit einem anderen Standard-Schließmechanismus beendet werden können.

Technisches Werbematerial = erweiterte Kennzeichnung

Stellt ein Online-Händler technisches Werbematerial im Internet bereit, gelten erweiterte Kennzeichnungspflichten.

Definition des technischen Werbematerials

Artikel 3 Nr. 7 U-Verordnung Nr. 2020/740 definiert „technisches Werbematerial“ wie folgt:

Es handelt sich dabei um Unterlagen in gedruckter oder elektronischer Form, die von einem Lieferanten erstellt wurden, um das Werbematerial um die folgenden (in Anhang IV genannten) Informationen zu ergänzen.

- Kraftstoffeffizienzklasse (Buchstaben „A“ bis „E“);
- Nasshaftungsklasse (Buchstaben „A“ bis „E“);
- Klasse des externen Rollgeräuschs und Messwert (dB);
- Angabe, ob es sich um einen für die Nutzung bei extremen Schneeverhältnissen geeigneten Reifen handelt;
- Angabe, ob es sich um einen Eisreifen handelt.

Nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei gelten als technisches Werbematerial

- technische Handbücher
- Broschüren
- Faltblätter und
- Kataloge

(in gedruckter oder elektronischer Form oder als Online-Version) sowie Websites, die der Vermarktung

an Endnutzer oder Händler dienen und in denen die spezifischen technischen Parameter des Produktes beschrieben werden.

Jegliches technische Werbematerial für einen bestimmten Reifentyp muss das elektronische Etikett beinhalten **und** die in Anhang IV EU-Verordnung 2020/740 aufgeführten Informationen.

Gemäß Anhang IV Abs. 1 EU-Verordnung 2020/740 sind die Informationen des technischen Werbematerials zu Reifen in der folgenden Reihenfolge bereitzustellen:

a) Kraftstoffeffizienzklasse (Buchstaben „A“ bis „E“);

b) Nasshaftungsklasse (Buchstaben „A“ bis „E“);

c) Klasse des externen Rollgeräuschs und Messwert (dB);

d) Angabe, ob es sich um einen für die Nutzung bei extremen Schneeverhältnissen geeigneten Reifen handelt;

e) Angabe, ob es sich um einen Eisreifen handelt.

Die Angaben müssen dabei folgenden Anforderungen entsprechen:

- Sie müssen gut lesbar sein.
- Sie müssen leicht verständlich sein.
- Sind Reifentypen innerhalb einer Reifenfamilie in Abhängigkeit von der Größe oder anderen Eigenschaften unterschiedlich klassifiziert, so ist die Bandbreite zwischen dem Reifentyp mit der schlechtesten und dem Reifentyp mit der besten Einstufung anzugeben.

Darüber hinaus müssen Händler gemäß Anhang IV Abs. IV EU-Verordnung 2020/740 auf ihren Internetseiten gegebenenfalls eine Erklärung bereitstellen mit dem Hinweis, dass Eisreifen für Straßenoberflächen mit Eisschicht oder fester Schneedecke ausgelegt sind und nur bei sehr schwierigen Witterungsverhältnissen (z. B. niedrigen Temperaturen) zum Einsatz kommen sollten sowie dass der Einsatz von Eisreifen bei weniger schwierigen Witterungsverhältnissen (z. B. Nässe oder wärmeren Temperaturen) insbesondere im Hinblick auf Nasshaftung, Handhabung und Verschleiß zu einer suboptimalen Leistung führen kann.

Konkretes Angebot = umfassende Kennzeichnung

Wird schließlich ein Reifen im Internet konkret angeboten, so sind folgende Kennzeichnungspflichten umzusetzen:

Es ist in der Nähe des Produktpreises

- das elektronische Etikett sowie
- das Produktdatenblatt

im Angebot zu integrieren (s. Artikel 6 Abs. VII EU-Verordnung 2020/740).

Da die rechtlich vorgegebene Größe des elektronischen Etiketts (Mindestgröße: 75mm breit und 110 mm hoch) viel Platz kostet, ist es in rechtlicher Hinsicht auch ausreichend, das Etikett im Angebot bloß zu verlinken.

Empfehlung der IT-Recht Kanzlei zur "geschachtelten Anzeige"

Die EU-Verordnung Nr. 2020/740 äußert sich selber nicht zu den Anforderungen, die bei einer "geschachtelten Anzeige" einzuhalten sind.

Die IT-Recht Kanzlei empfiehlt bei der Verlinkung des Etiketts die Einhaltung folgender Regeln (analog der Vorgaben diverser anderer EU-Kennzeichnungsverordnungen):

So sollte ein (links oder rechtsbündiger) Pfeil in der Farbe der Energieeffizienzklasse des Produkts auf dem Etikett verwendet werden. Dieser Pfeil sollte die Energieeffizienzklasse des Produktes als Buchstabe in Weiß und in einer Schriftgröße enthalten, die der des Preises entspricht. Außerdem sollte der Pfeil auf der stumpfen, also nicht zugespitzten Seite das Spektrum der Effizienzklassen ausweisen.

Zudem sollte:

- der Pfeil auf dem Bildschirm des Verbrauchers **in der Nähe des Produktpreises** dargestellt werden
- die Bilddatei des Pfeils mit einem Link zum Etikett versehen sein
- das Etikett 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 in einem Pop-up-Fenster, auf einer neuen Registerkarte, auf einer neuen Seite oder als Einblendung angezeigt werden
- die Anzeige des Etiketts mit Hilfe einer Option zum Schließen oder mit einem anderen Standard-Schließmechanismus beendet werden können.

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 Reifens sollte ausschließlich dann ausgegangen werden, wenn

- der Preis für den Reifen und/oder
- der Verkäufer des konkret beworbenen Reifens

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 Reifen 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 …“

Diese Ansicht wird auch von der EU-Kommission vertreten, die das maßgebliche "Anbieten" entsprechend weit auslegt.

Beispiel für bloße Werbung

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

Beispiele für Angebote

Erstes Beispiel:

Diese Darstellung eines Reifens (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:

Diese Reifen wurden (zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Beitrags) bei 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 konkrete Angebote zu behandeln.

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