

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

EU-Verordnung 665/2013: Neue Vorgaben beim (Online-) Handel mit Staubsaugern ab dem 01.09.2014

(Online-) Händler, die Staubsauger verkaufen, haben ab dem 01 September 2014 die ordnungsgemäße Kennzeichnung ihrer Ware sicherzustellen. Die Art der Kennzeichnung wird davon abhängen, ob die Staubsauger via Fernabsatz oder etwa über den stationären Handel ("Verkaufsstelle") vertrieben werden - so die Regeln der neuen EU-Verordnung Nr. 665/2013. Welche Pflichten in Zusammenhang mit dem Vertrieb von Staubsaugern kommen nächstes Jahr auf Händler zu? Wie haben Händler ihre Ware im Internet zu kennzeichnen und welche Staubsauger werden überhaupt kennzeichnungspflichtig sein? Lesen Sie hierzu die aktuellen FAQ der IT-Recht Kanzlei.

Frage: Was haben Händler ab dem 01.09.2014 sicherzustellen?

Gemäß Artikel 4 EU-Verordnung Nr. 665/2013 müssen Händler sicherstellen, dass ab dem 1. September 2014

- jedes in einer Verkaufsstelle ausgestellte Modell mit einem [von den Lieferanten gemäß Artikel 3 bereitgestellten Etikett](#) versehen ist, das an der Außenseite des Geräts angebracht oder daran befestigt wird, so dass es deutlich sichtbar ist.
- Staubsauger, die gemäß Artikel 7 der Richtlinie 2010/30/EU in einer Weise zum Verkauf, zur Vermietung oder zum Ratenkauf angeboten werden, bei der nicht davon auszugehen ist, dass der Endnutzer das Produkt ausgestellt sieht, bei der Vermarktung mit den vom Lieferanten gemäß Anhang V dieser Verordnung bereitzustellenden Informationen versehen sind.
- in jeglicher Werbung für ein bestimmtes Staubsaugermodell auch dessen Energieeffizienzklasse angegeben wird, wenn sie energiebezogene Informationen oder Preisinformationen enthält.
- in technischem Werbematerial zu einem bestimmten Staubsaugermodell mit Informationen zu dessen spezifischen technischen Parametern auch die Energieeffizienzklasse des Modells angegeben wird.

Frage: Wie sind Staubsauger im Fernabsatzhandel zu kennzeichnen?

Gemäß Artikel 4 b) EU-Verordnung Nr. 665/2013 müssen Händler sicherstellen, dass ab dem 1. September

2014 Staubsauger, die gemäß Artikel 7 der Richtlinie 2010/30//EU in einer Weise zum Verkauf, zur Vermietung oder zum Ratenkauf angeboten werden, bei der nicht davon auszugehen ist, dass der Endnutzer das Produkt ausgestellt sieht, bei der Vermarktung mit den vom Lieferanten gemäß Anhang V dieser Verordnung bereitzustellenden Informationen versehen sind.

Wie folgt sind Staubsauger im Fernabsatzhandel zu kennzeichnen (vgl. Anhang V EU-Verordnung Nr. 665/2013):

- a) die Energieeffizienzklasse, ermittelt gemäß Anhang I;
- (b) der durchschnittliche jährliche Energieverbrauch gemäß Anhang VI;
- (c) bei Universalstaubsaugern und Teppichstaubsaugern die Teppichreinigungsklasse, ermittelt gemäß Anhang I; bei Hartbodenstaubsaugern die Angabe

“

"nicht für den Gebrauch auf Teppichen geeignet"

”

- (d) bei Universalstaubsaugern und Hartbodenstaubsaugern die Hartbodenreinigungsklasse, ermittelt gemäß Anhang I; bei Teppichstaubsaugern die Angabe

“

"nicht für den Gebrauch auf harten Böden geeignet"

”

- (e) die Staubemissionsklasse, ermittelt gemäß Anhang I;
- (f) der Schallleistungspegel gemäß Anhang VI.

Achtung: Die Reihenfolge dieser Informationen ist genau einzuhalten.

Hinweise:

- Werden noch weitere Angaben, die im Produktdatenblatt enthalten sind, bereitgestellt, sind sie in der Form und Reihenfolge gemäß Anhang III EU-Verordnung Nr. 665/2013 aufzuführen.
- Schrifttyp und Schriftgröße, in der alle in diesem Anhang genannten Angaben aufgeführt werden, müssen gut lesbar sein.

Frage: Wie ist die Energieverbrauchskennzeichnung im Internet zu platzieren?

Es werden häufig Online-Händler abgemahnt, die über das Internet kennzeichnungspflichtige Weiße Ware anbieten und die für die jeweiligen Waren vorgeschriebenen Pflichtinformationen (zur Energiekennzeichnung) entweder gar nicht oder nicht hinreichend deutlich auf ihrer Internetpräsenz darstellen.

Hierbei zeigt sich ein grundsätzliches Problem im Online-Handel: Wie muss der Händler gesetzlich vorgeschriebene Pflichtinformationen zu bestimmten Produktgruppen auf seiner Internetpräsenz veröffentlichen, um sich nicht dem Risiko einer Abmahnung auszusetzen?

Wie so oft gibt es hierfür kein Patentrezept, da die einschlägigen Gesetze insoweit unterschiedliche Kennzeichnungspflichten vorsehen und die praktische Umsetzung immer auch von den technischen Gegebenheiten der jeweiligen Internetplattform abhängt.

Allerdings kann der Händler sich nach Auffassung der IT-Recht Kanzlei insoweit an der Entscheidung des BGH zur Angabe von Versandkosten im Internet orientieren, um das Risiko einer mangelhaften Information jedenfalls deutlich zu reduzieren. Nimmt man dies als Maßstab, so können die Pflichtinformationen zu bestimmten Produktgruppen wie folgt vorgehalten werden:

1. Die Pflichtinformationen stehen direkt neben oder unter dem Angebot, auf der Seite, auf der die Ware zum ersten Mal in den virtuellen Warenkorb gelegt werden kann.
2. Die Pflichtinformationen stehen räumlich etwas weiter entfernt auf derselben Seite, wie das Angebot, wobei von dem Angebot über einen deutlichen Sternchenhinweis auf die nachfolgenden Informationen verwiesen wird.
3. Die Pflichtinformationen stehen auf einer anderen Seite als das Angebot, wobei von der Angebotsseite über einen deutlich gestalteten so genannten sprechenden Link direkt auf die Seite mit den Pflichtinformationen verlinkt wird (Beispiel: „Informationen zum Energieverbrauch finden Sie hier (bitte anklicken)“).
4. Die Pflichtinformationen stehen auf einer der Angebotsseite nachgeordneten Seite, die der Verbraucher zwingend passieren muss, bevor er die Ware in den virtuellen Warenkorb legen kann.

Bei all diesen Varianten ist aus Sicht der IT-Recht Kanzlei sichergestellt, dass der Verbraucher die Pflichtinformationen zur Kenntnis nimmt, bevor er den elektronischen Bestellvorgang einleitet. Dies sollte für Sie als Händler der Maßstab sein. Letzte Sicherheit kann jedoch nur eine individuelle Prüfung im Einzelfall bieten.

Hinweis: In dem Zusammenhang ist auch ein aktuelles [Urteil des OLG Dresden \(Urteil vom 24.11.2009, Az.:14 U 1393/09\)](#) zu beachten. Das OLG Dresden stellte klar:

“

"Zu Recht hat das Landgericht angenommen, dass nur dann i.S.v. § 5 EnVKV sichergestellt wird, dass den Interessenten vor Vertragsabschluss die dort genannten erforderlichen Angaben zur Kenntnis gelangen, wenn sämtliche Angaben im Zusammenhang mit dem jeweiligen Angebot erscheinen. Die Hinterlegung auf Unterseiten und ohne konkreten Bezug zu dem jeweiligen beworbenen Gerät genügt nicht. Zu Recht hat das Landgericht darauf hingewiesen, dass sich dies aus dem Normzusammenhang sowie der Herausstellung der Zitate "ergibt". Entgegen der Auffassung des Beklagten reicht es nicht aus, dass der Verbraucher, der sich für die Angaben interessiert, diese "irgendwie" findet."

”

Wettbewerbswidrig ist es demnach,

- die Informationen zur Kennzeichnung auf irgendeiner Unterseite des Online-Shops zu platzieren, sofern nicht vom jeweiligen Angebot (bzw. der Artikelbeschreibung) auffällig dorthin verlinkt wird.
- nicht ordnungsgemäß gekennzeichnete Haushaltsgeräte auf der Startseite (oder auf einer Übersichtsseite / Listenansicht) eines Online-Shops darzustellen, wenn es dem Verbraucher zugleich möglich wäre, direkt von dieser Seite aus die Ware in den Warenkorb zu legen. Auch wäre es in dem Fall nicht ausreichend, die notwendigen Informationen auf einer „Detailseite“ abzulegen (die der Verbraucher zur Bestellung gerade nicht zwingend anzuklicken hätte).

Frage: Ist die Angabe der Energieeffizienzklasse von Staubsaugern auch in Suchmaschinen und Preisvergleichen erforderlich?

Gemäß

- Artikel 3 d) EU-Verordnung Nr. 665/2013 und
- Artikel 4 c) EU-Verordnung Nr. 665/2013

haben Lieferanten und Händler **in jeglicher Werbung für ein bestimmtes Staubsaugermode**ll auch dessen Energieeffizienzklasse anzugeben, **wenn die Werbung energiebezogene Informationen oder Preisinformationen enthält** - dies gilt unabhängig davon, ob auf der Hersteller- oder Händlerseite (z.B. Online-Shop, eBay oder Amazon) online, auf Webseiten Dritter oder aber in nicht digitalen Medien wie Broschüren oder Zeitschriften geworben wird.

Zudem unterfallen der Angabepflicht der Energieeffizienzklasse

- Produktsuchmaschinen, die lediglich eine Kategorisierung oder einen Vergleich stoffähnlicher Produkte vornehmen und im Folgenden eine Weiterleitung auf Hersteller- oder Händlerseiten ermöglichen, und auch

- schlichte Google-Anzeigen, sollte diese Preisinformationen für ein bestimmtes Staubsaugermodell enthalten.

Autor:

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

Rechtsanwalt