

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

Online-Kennzeichnung: Leuchten auch nach dem 01.01.2015 rechtssicher bewerben und verkaufen

Die rechtlichen Vorgaben zur Energieverbrauchskennzeichnung von Leuchten sind in der EU-Verordnung Nr. 874/2012 sowie der EU-Verordnung Nr. 518/2014 geregelt. Der EU-Gesetzgeber hat dabei geschluppt. Die genannten Rechtsakte weisen viele inhaltliche Überschneidungen und Wertungswidersprüche auf. Auch wird Händlern die rechtssichere Bewerbung von Leuchten im Fernabsatz maximal erschwert, ja fast unmöglich gemacht. Die derzeit geltenden gesetzlichen Vorgaben zur Leuchtenkennzeichnung sind derart verworren, ja konfus, dass sich der Eindruck aufdrängt, als habe kein Verantwortlicher das System der Leuchten-Kennzeichnung einmal wirklich komplett durchdacht.

Wie haben nun Händler im Fernabsatz Leuchten zu kennzeichnen? Lesen Sie zu dem Thema die nachfolgenden FAQ (frequently asked questions) der IT-Recht Kanzlei.

A. Allgemeine Fragen zur Leuchten-Kennzeichnung gemäß Nr. 874/2012

Frage: Was ist eine Leuchte?

“

„Leuchte“ bezeichnet ein Gerät zur Verteilung, Filterung oder Umwandlung des von einer oder mehreren Lampen übertragenen Lichts, das alle zur Aufnahme, zur Fixierung und zum Schutz der Lampen notwendigen Teile und erforderlichenfalls Hilfselemente zusammen mit den Vorrichtungen zu ihrem Anschluss an die Stromquelle umfasst.

”

? vgl. Artikel 2, Nr. 26 der EU-Verordnung Nr. 874/2012

Frage: Rechtsgrundlage für die Energieverbrauchskennzeichnung von Leuchten?

Gesetzliche Grundlage für die Kennzeichnung des Energieverbrauchs von Leuchten ist ein Zusammenspiel zwischen

- der EU-Rahmenrichtlinie 2010/30/EU,
- die EU-Verordnung Nr. 874/2012,
- der EU-Verordnung Nr. 518/2014, welche die EU-Verordnung Nr. 874/2012 um Vorgaben zur Energieverbrauchskennzeichnung im Internet ergänzt.

- dem deutschen Energieverbrauchskennzeichnungsgesetz (kurz: EnVKG) sowie
- der deutschen Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (kurz: EnVKV).

Hinweis: Umfangreiche Informationen zur EU-Verordnung Nr. 874/2012 können der Website der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung entnommen werden, welche übrigens auch den Gesetzgebungsprozess bis zum Inkrafttreten der EU-Verordnung dokumentiert.

Frage: Um was geht es bei der EU-Verordnung Nr. 874/2012?

Die EU-Verordnung Nr. 874/2012 wurde auf Basis der EU-Rahmenrichtlinie 2010/30 erlassen und legt neue und überarbeitete verbindliche Energiekennzeichnungsvorschriften

- für Hersteller und Importeure fest, die elektrische Leuchten in Verkehr bringen.
- für Händler fest, die elektrische Leuchten über den stationären Handel ("die Verkaufsstelle") oder im Fernverkauf über Kataloge oder das Internet anbieten.

Mit der Verordnung wird bezweckt, den Herstellern den Anreiz zu geben, die Energieeffizienz ihrer Produkte weiter zu verbessern und die Marktumstellung auf energieeffizientere Technologien zu beschleunigen. Gleichzeitig soll eine gesteigerte Transparenz der energieverbrauchsrelevanten Produkte unter den Verbrauchern gewährleistet werden, um deutliche Energieeinsparung zu erzielen und somit einen Beitrag zu nationalen und europäischen Energie- und Klimaschutzzielen zu leisten.

Frage: Welche Leuchten sind von der EU-Verordnung Nr. 874/2012 erfasst?

Widersprüchlich geregelt scheint auf den ersten Blick der sachliche Anwendungsbereich der EU-Verordnung Nr. 874/2012 hinsichtlich der Leuchten zu sein. So heißt es diesbezüglich in Artikel 1 Abs. 1 UA 2 der Verordnung:

“

In dieser Verordnung werden Anforderungen an die Kennzeichnung von elektrischen Lampen sowie an die Bereitstellung ergänzender Produktinformationen zu elektrischen Lampen festgelegt, z. B. für

- a) Glühlampen,
- b) Leuchtstofflampen,
- c) Hochdruckentladungslampen,
- d) LED-Lampen und LED-Module.

In dieser Verordnung werden außerdem Anforderungen an die Kennzeichnung von Leuchten festgelegt, **die für den Betrieb solcher Lampen ausgelegt sind und an Endnutzer vermarktet werden**, auch wenn sie in andere Produkte eingebaut sind, die für die Erfüllung ihres primären Zwecks nicht auf die Zufuhr von Energie angewiesen sind (z. B. Möbel).

Problem: Formulierung "Vermarktung an Endnutzer"



Ist der konkrete Vermarktungsvorgang entscheidend?

Anhand der Formulierung „**und an Endnutzer vermarktet werden**“ lässt sich durchaus vertreten, dass es für die Einbeziehung der Leuchte in den sachlichen Anwendungsbereich der Verordnung auf eine Betrachtung des konkreten Vermarktungsvorgangs ankommt, eine Leuchte also nur dann erfasst wird, wenn diese konkret an einen Endnutzer verkauft oder sonst entgeltlich überlassen wird.

Die eigentliche Zweckbestimmung des Lieferanten (im Sinne des Herstellers bzw. Inverkehrbringers) dahingehend, ob die Leuchte (auch) für Endnutzer konzipiert ist (etwa anhand objektiver Kriterien wie Einsatzzweck oder Größe oder anhand subjektiver Kriterien, etwa einer Bezeichnung im Sinne einer Widmung durch den Lieferanten als „Haushaltsleuchte“) würde es bei dieser Betrachtungsweise dann gar nicht ankommen.

Das hätte zur Folge, dass Leuchten, die nach ihrer eigentlichen Zweckbestimmung (auch) für Endnutzer konzipiert sind, gar nicht in den sachlichen Anwendungsbereich der Verordnung fallen, wenn diese tatsächlich gar nicht an einen Endnutzer überlassen werden.

Umgekehrt hätte diese Sichtweise zur Folge, dass eine ihrer Zweckbestimmung nach gar nicht für den Endnutzer vorgesehene Leuchte, etwa eine Flutlichtleuchte entsprechend zu labeln wäre, wenn diese ausnahmsweise doch einem Endnutzer überlassen wird. Diese Ergebnisse sind aus Sicht der IT-Recht Kanzlei nicht mit den Zielen des Ordnungsgebers zu vereinbaren.

Auf die Zweckbestimmung kommt es entscheidend an!

Letztlich ergibt sich aber aus der (konkreteren) Formulierung in Artikel 3 Abs. 2 der Verordnung, dass die vorgenannte Sichtweise falsch ist. Dort werden diverse Pflichten des Lieferanten mit der folgenden Formulierung eingeleitet:



*"Lieferanten von Leuchten, die an Endnutzer vermarktet werden **sollen**, sorgen dafür, dass (...)."*



Es macht keinen Sinn, wenn in Artikel 3 Abs. 2 der Verordnung diverse Lieferantenpflichten für solche Leuchten statuiert werden, die bei der vorgenannten Sichtweise des Artikel 1 Abs. 1 UA 2 der Verordnung schon gar nicht dem sachlichen Anwendungsbereich der Verordnung unterfallen. Artikel 3 Abs. 2 der Verordnung lässt es nämlich „genügen“, wenn die Leuchten nur dazu bestimmt sind, an Endnutzer vermarktet zu werden. Bei der vorgenannten Sichtweise des Artikel 1 Abs. 1 UA 2 der Verordnung würden solche Leuchten dann aber gar nicht dem sachlichen Anwendungsbereich der Verordnung unterfallen, wenn diese tatsächlich gar nicht einem Endnutzer überlassen werden.

Bei dieser Sichtweise wäre die Reichweite der aufgestellten Lieferantenpflichten größer als der grundsätzliche, sachliche Anwendungsbereich der Verordnung. Nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei fallen

daher auch solche Leuchten in den sachlichen Anwendungsbereich der Verordnung, die (noch) nicht an einen Endnutzer überlassen werden, aber zumindest nach deren Zweckbestimmung an einen Endnutzer überlassen werden sollen. Nach hiesiger Auffassung muss in Artikel 1 Abs. 1 UA 2 der Verordnung richtigerweise das Wort „sollen“ hineingelesen werden:

“

*"In dieser Verordnung werden außerdem Anforderungen an die Kennzeichnung von Leuchten festgelegt, die für den Betrieb solcher Lampen ausgelegt sind **und an Endnutzer vermarktet werden sollen**, auch wenn sie in andere Produkte eingebaut sind, die für die Erfüllung ihres primären Zwecks nicht auf die Zufuhr von Energie angewiesen sind (z. B. Möbel)."*

”

In der Konsequenz fallen nach hiesiger Auffassung auch solche Leuchten in den sachlichen Anwendungsbereich der Verordnung, die für die Vermarktung (auch) an Endverbraucher konzipiert wurden, aber später tatsächlich gar nicht an Endverbraucher vermarktet werden. Umgekehrt fallen dann solche Leuchten nicht in den sachlichen Anwendungsbereich der Verordnung, die ihrer Zweckbestimmung nach gar nicht mit dem Endnutzer in Berührung kommen sollen („Flutlichtleuchte“), tatsächlich aber doch ausnahmsweise einem Endnutzer überlassen werden.

Fazit

Nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei fallen **alle Leuchten** in den Anwendungsbereich der EU-Verordnung Nr. 874/2012, die

- für den Betrieb von Lampen i.S.d. der EU-Verordnung Nr. 874/2012 ausgelegt sind **und**
- **nicht** für den ausschließlichen Betrieb mit den in den Buchstaben a bis c Artikel 1 Abs.2 EU-Verordnung Nr. 874/2012 aufgeführten Lampen und LED-Modulen ausgelegt sind **und**
- die ihrer Zweckbestimmung nach für den Endnutzer gedacht sind, also an **Endnutzer vermarktet werden sollen**.

Frage: Welche Leuchten sind nicht von der EU-Verordnung Nr. 874/2012 erfasst?

Folgende Leuchten sind **nicht** von der EU-Verordnung Nr. 874/2012 erfasst, d.h. nicht etikettierungs- bzw. kennzeichnungspflichtig:

1. Leuchten, die für den ausschließlichen Betrieb mit folgenden Lampen und LED-Modulen ausgelegt sind, vgl. Artikel 1 g) EU-Verordnung Nr. 874/2012:

a) Lampen und LED-Module mit einem Lichtstrom von unter 30 Lumen (lm);

In dem Zusammenhang wird im Leitfaden der Europäischen Kommission zur Energieverbrauchskennzeichnung in Punkt 1 folgende Frage behandelt:

Frage: "It is stipulated in Article 1.2a) that lamps and LED modules with a luminous flux of less than 30 lumen shall be excluded from the scope of the regulation. Does this mean that it does not matter how many lamps the luminaire has as long as all of them separately have a luminous flux of less than 30 lumen? If the lamps are attached to a luminaire and are not exchangeable are you then supposed to add the lamps luminous flux together to see if the requirements (less than a luminous flux of 30 lumen) are met?"

Antwort: "LED modules not intended to be removed by the end-user from the luminaire do not need to be labelled at all (Article 2(d)). It is the luminaire itself which will get the luminaire label, regardless of its light output or that of its LED modules. The label for LED luminaires only shows that the incorporated lamps are LEDs and that they belong to classes A to A++, without more precise allocation, and without any testing to be done other than checking that the included light sources are indeed LEDs. When LED modules are sold as spare parts, they have to be labelled and they are indeed excluded under 30 lumens. This is coherent with the exclusion of other replacement lamps under 30 lumens, which could equally be present in a luminaire in high quantities, adding up to substantial light output."

- b) Lampen und LED-Module, die für den Betrieb mit Batterien vermarktet werden;
- c) Lampen und LED-Module, die für Anwendungen vermarktet werden, deren primärer Zweck nicht die Beleuchtung ist (also nicht für Beleuchtungszwecke vermarktet werden), wie
 - i) das Aussenden von Licht als Agens in chemischen oder biologischen Prozessen (z. B. Polymerisation, fotodynamische Therapie, Gartenbau, Tierpflege, Insektenschutzmittel),
 - ii) die Bildaufnahme und die Bildprojektion (z. B. Foto-Blitzlichtgeräte, Fotokopierer, Video-Projektoren),
 - iii) die Wärmeerzeugung (z. B. Infrarotlampen),
 - iv) die Signalgebung (z. B. Lampen für die Flugplatzbefeuerung).

2. Leuchten, die ihrer Zweckbestimmung nach nicht für den Endnutzer gedacht sind, also gerade nicht an Endnutzer vermarktet werden sollen.

Dies dürften vor allem solche Leuchten sein, die außerhalb des Anwendungsbereichs für den häuslichen oder alltäglichen Gebrauch liegen, die also aufgrund

- ihrer Struktur
- ihrer Funktion
- ihrer technischen Eigenschaften

nicht dafür bestimmt sein können, an Endnutzer (natürliche Personen, die Leuchten nicht im Rahmen ihrer gewerblichen, geschäftlichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit kaufen oder voraussichtlich kaufen) veräußert zu werden.

Strukturelle Ausschlusskriterien

Leuchten, die allein in Anbetracht ihrer Maße nicht vom normalen Endnutzer in dessen Privat- oder Geschäftsräumen genutzt werden, sondern primär gewerblichen Zwecken dienen, sind dem Verständnis der IT-Recht-Kanzlei nach vom Regelungsbereich der Kennzeichnungsvorschriften ausgeschlossen. Die Installation eben solcher überdimensionaler Leuchten erfordert zudem im Regelfall ein gewisses technisches Know-How und muss dementsprechend von einem Fachmann vorgenommen werden.

Die für Endnutzer untypische Beschaffenheit und Struktur kann sich zum einen aus dem Umfang der Leuchte selbst ergeben oder aber auf eine den Standard überbietende Kabellänge- und -dicke zurückzuführen sein, die vor allem bei Deckenleuchten eine Montage im Rahmen normaler Raumverhältnisse unmöglich macht.

Beispiele:

- Kronleuchter
- Straßenleuchten
- Tunnelleuchten

Funktionelle Ausschlusskriterien

Ebenfalls dürften der Zweckbestimmung der Vermarktung an den Endnutzer solche Leuchten widersprechen, deren Funktion über die der Beleuchtung im Sinne des Spendens von Licht hinausgeht oder stark von ihr abweicht. Vor allem Leuchten, die als Warnlichter eingesetzt werden, oder aber beleuchtete Sicherheits- und Orientierungshinweise unterfallen somit nicht der Kennzeichnungspflicht.

Beispiele:

- Notausgangsleuchten
- Ampeln
- Geschwindigkeitsanzeigeleuchten

Technische Ausschlusskriterien

Ferner sind solche Leuchten nicht für die Vermarktung an Endnutzer bestimmt, deren technische Eigenschaften einer allgemeinen Nutzung zum Zwecke der Außen- oder Innenbeleuchtung entgegenstehen. Typischerweise sind dies Leuchten, die zum Betreiben von Lampen verwendet werden, deren Nennleistung und Lichtstrom über das übliche Maß hinausgehen.

Gemäß Art. 1 c) der Richtlinie (EG) 244/2009, die parallel zur neuen Verordnung (EU) Nr. 874/2012 weiterhin Anwendung findet, sind Lampen bis zu einem Lichtstrom von 12000 lm (lumen) für die Beleuchtung im alltäglichen Gebrauch zugelassen. Aus dem Umkehrschluss ergibt sich also, dass Leuchten, die Lampen mit einem Lichtstrom von über 12000 lm bedienen, nicht für Endnutzer bestimmt sein können und aus dem Regelungsbereich der Verordnung fallen müssen.

Beispiele:

- Flutstrahler für die Gebäudeanstrahlung
- hochleistungsfähige Lagerleuchten

Hinweis: Die EU-Verordnung Nr. 874/2012 sieht in obigen Fällen lediglich von einer Etikettierungs- bzw. Kennzeichnungspflicht ab. Eine Verwendung des EU-Labels ist aber dennoch möglich.

Frage: Sind Laserprojektoren für Lichtshows kennzeichnungspflichtig?

Die IT-Recht Kanzlei hat hierzu das Umweltbundesamt befragt. Die Fragestellung lautete (verkürzt):

“

Ist bei Laserprojektoren für sog. Lichtshows eine Energieverbrauchskennzeichnung gemäß EU-Verordnung 874/2012 vorzunehmen?

”

Antwort des Umweltbundesamtes:

“

Gerne gehen wir auf Ihre Fragen zur Auslegung der Verordnungen 874/2012/EU ein. Eine rechtsverbindliche Auskunft hingegen können wir Ihnen allerdings leider nicht geben. Auch erteilen weder das in Deutschland zuständige Bundesministerium für Wirtschaft und Energie noch die EU-Kommission rechtsverbindliche Auskünfte. Beide verweisen darauf, daß eine rechtsverbindliche Auslegung nur durch die zuständigen Gerichte erfolgen könne. Wir teilen Ihnen jedoch gerne unsere Einschätzung mit.

Je nachdem, ob Sie Ihre Frage aus der Sicht eines Verbrauchers, eines Käufers/Betreibers, eines Herstellers, eines Händlers oder eines Beraters betrachten, könnten unterschiedliche Aspekte von Bedeutung sein. Da dieser Hintergrund leider nicht aus Ihrer Anfrage hervorgeht, beschränke ich mich auf allgemeine Aussagen.

Die bei Großveranstaltungen eingesetzten Laserprojektoren [Leuchten] sind auch nach unserer Einschätzung keine Produkte, die an Endnutzer [im Sinne dieser Verordnung] vermarktet werden; sie dürften somit nicht der Energieverbrauchskennzeichnungspflicht gemäß o.g. Verordnung unterliegen.

”

Frage: Ist das Leuchten-Etikett zwingend mehrfarbig zu gestalten?

Ja, anders als bei dem EU-Label für Lampen trifft die EU-Verordnung Nr. 874/2012 für die Kennzeichnung von Leuchten keine abweichenden Regelungen, die eine schwarz-weiß-Gestaltung ermöglichen.

Frage: Wie ist bei in Leuchten fest verbauten Lampen zu kennzeichnen?

Die EU-Verordnung Nr. 874/2012 harmonisiert die Energieverbrauchskennzeichnung von Lampen und Leuchten und stellt ein umfangreiches Pflichtenprogramm für Hersteller und Händler auf, das angesichts stark fragmentierter Regelungsinhalte und auslegungsbedürftiger Rechtsbegriffe auch 2 Jahre nach seiner Verabschiedung kontinuierlich neue Fragen aufwirft. Insbesondere die verschiedenen Leuchtenarten und deren spezifische Kennzeichnungsvorgaben stellen Händler vor seit jeher vor Probleme. Aus gegebenem Anlass behandelt dieser Beitrag die Frage, ob und inwieweit eine Kennzeichnungspflicht besteht, wenn Lampen in Leuchten fest verbaut sind.

1.) Kennzeichnung von Leuchten mit festverbauten Lampen

Leuchten mit festverbauten Lampen (meist LEDs) unterfallen grundsätzlich den Kennzeichnungsvorgaben der EU-Verordnung Nr. 874/2012.

So sind sowohl die Lieferanten als auch Händler gehalten, in jeglicher Werbung und in allen offiziellen Angeboten die für das Etikett vorgesehenen Informationen entweder durch das Etikett selbst oder dessen Wiedergabe in Textform anzuführen (Art. 3 Abs. 2 lit. b; Art. 4 Abs. 2 lit. a).

Daneben haben Lieferanten Händlern, die ihre Ware in Verkaufsstellen anbieten, die Etiketten in elektronischer oder gedruckter Form unentgeltlich zur Verfügung zu stellen, sodass diese sie sodann in deutlicher Nähe zu den ausgestellten Leuchten anbringen können.

Leuchten mit festverbauten Lampen sind grundsätzlich mit einem Etikett zu kennzeichnen, Beispiel:

Hierbei ist erforderlich, dass das Etikett folgende Informationen ausweist:

I. Name oder Warenzeichen des Lieferanten

II. Modellkennung des Lieferanten, d. h. der üblicherweise alphanumerische Code, der ein bestimmtes Leuchtenmodell von anderen Modellen des gleichen Warenzeichens oder mit dem gleichen Lieferantennamen unterscheidet

III. den im Beispiel in Nummer 1 dargestellten Satz oder gegebenenfalls eine der Alternativen dazu aus den Beispielen in nachstehender Nummer 3. Statt des Begriffs „Leuchte“ kann ein genauerer Begriff verwendet werden, der die konkrete Leuchtenart oder das Produkt, in das die Leuchte eingebaut ist (z. B. Möbelstück), beschreibt, solange klar ist, dass der Begriff sich auf das zum Verkauf stehende Produkt bezieht, mit dem die Lichtquellen betrieben werden

IV. die Skala der Energieeffizienzklassen gemäß Teil 1 des Anhangs II, gegebenenfalls mit den

folgenden Elementen:

- a) einem „Leuchtmittel“-Piktogramm, um die Energieeffizienzklassen der vom Nutzer austauschbaren Lampen anzugeben, mit denen die Leuchte gemäß den Anforderungen an die Kompatibilität nach dem Stand der Technik kompatibel ist, ?
- b) einem Kreuz durch die Energieeffizienzklassen von Lampen, mit denen die Leuchte gemäß den Anforderungen an die Kompatibilität nach dem Stand der Technik nicht kompatibel ist,
- c) den Buchstaben „LED“, die vertikal neben den Energieeffizienzklassen A bis A++ angeordnet sind, wenn die Leuchte LED-Module enthält, die nicht dafür bestimmt sind, vom Endnutzer entfernt zu werden. Wenn eine solche Leuchte keine Fassungen für vom Nutzer austauschbare Lampen enthält, ist ein Kreuz über den Klassen B bis E anzubringen,

V. Den Satz “Die Lampen können in der Leuchte nicht ausgetauscht werden” innerhalb des dafür vorgesehenen Feldes

Die gestalterischen Anforderungen (Fläche, Schriftart, Farben etc.) sind dem Anhang II in Punkt 4 zu entnehmen.

2.) Kennzeichnung von festverbauten Lampen innerhalb von Leuchten?

Fraglich ist nun, ob die festverbauten Lampen innerhalb der Leuchten eine eigene Kennzeichnung erfordern, die zusätzlich zu den Leuchtenetiketten nach Maßgabe der Regelungen für Lampen in Art. 3 Abs. 1 (Lieferanten) und Art. 4 Abs. 1 (Händler) anzuführen ist.

Dagegen spricht bereits die Erwägung, dass Leuchten per se überhaupt nicht an ihrer Energieeffizienz bemessen werden können, weil sie lediglich Mechanismen bereitstellen, um Leuchtmittel zu betreiben. Insofern sehen auch die Leuchtenetiketten hinsichtlich der Energieeffizienzangaben stets nur einen Verweis auf die Leuchtmittel vor, welche mit der Leuchte betrieben werden können.

Im Falle von festverbauten Lampen jedoch gibt bereits das Leuchtenetikett konkreten Aufschluss darüber, welche Leuchtmittel im jeweiligen Gerät zum Einsatz kommen und in welchem Effizienzspektrum sie sich bewegen.

Dem Interesse der Verbraucher an energieverbrauchsrelevanten Informationen, die er für eine fundierte Kaufentscheidung benötigen wird, wird insofern bereits durch das Leuchtenetikett Rechnung getragen, das auf die eingebauten Lampen verweist. Eine zusätzliche Kennzeichnung der Lampen kann daher nicht erforderlich sein und würde den Verbraucher, der die Lampen aufgrund der vorherigen festen Installation überhaupt nicht anderweitig verwenden könnte, möglicherweise gar verwirren.

Derartige Erwägungen berücksichtigt der europäische Gesetzgeber bereits in den Vorschriften zum Geltungsbereich der EU-Verordnung Nr. 874/2012 gemäß Art. 1 Abs. 2 lit. d, welcher die Kennzeichnungspflichten für derartige Lampen und LED-Module ausschließt, die als Teil einer Leuchte vermarktet werden und nicht dafür bestimmt sind vom Endnutzer entfernt zu werden.

Gleichermaßen sieht die Verordnung Lampenkennzeichnungspflichten für Lieferanten, auf deren Etikettenbereitstellung die Händler angewiesen sind, nur vor, sofern „Lampen als Einzelprodukte“ in Verkehr gebracht werden (Art. 3 Abs. 1). Sind sie demnach bereits zum Zeitpunkt des Inverkehrbringens

fester Bestandteil einer Leuchte, greifen die Kennzeichnungspflichten nicht durch und können auf für Händler von Leuchten mit festverbauten Lampen keine Obliegenheiten begründen, weil keine Etiketten bereitzustellen sind.

Achtung: Abweichendes gilt indes für austauschbare Lampen, die zusammen mit einer Leuchte verkauft werden. Diese werden nach Art. 1 Abs. 2 lit. d ausdrücklich nicht aus dem Anwendungsbereich der Verordnung ausgenommen, sodass für sie gesonderte Kennzeichnungspflichten greifen. Grundsätzlich ist das Energieetikett einer Lampe vom Lieferanten an der Außenseite der Verpackung anzubringen oder aufzudrucken. Wird eine Leuchte zusammen mit einer austauschbaren Lampe verkauft, sehen Art. 3 Abs. 2 lit. d für den Lieferanten und Art. 4 Abs. 2 lit. c für den Händler vor, dass immer auch die Verpackung der Lampe (die das Etikett ausweist) beigelegt wird. Alternativ soll es zulässig sein, die darauf enthaltenen Informationen (also auch die des Etiketts) auf der Außen- oder Innenseite der Leuchtenverpackung anzubringen.

Darüber hinaus ist in solchen Fällen bereits auf dem Leuchtenetikett die Energieeffizienzklasse der mitgelieferten, austauschbaren Lampe(n) nach folgendem Beispiel anzuführen:

Fazit

Sofern Lampen als fest verbaute Bestandteile von Leuchten verkauft werden, sind sie nicht gesondert etikettierungspflichtig, weil sie für den Endnutzer nicht anderweitig einsetzbar sind und insofern die auf die Lampen bezogenen Leuchtenetiketten bereits genügend Aufschluss über alle energieverbrauchsrelevanten Informationen geben.

Anders verhält es sich jedoch, wenn die zusammen Leuchte mit austauschbaren Lampen vertrieben wird. Hier sind letztere grundsätzlich kennzeichnungspflichtig und müssen die Vorgaben der Verordnung Nr. 874/2012 einhalten. Gleichzeitig ist in derartigen Fällen die Energieeffizienzklasse des mitgelieferten Leuchtmittels bereits auf dem Leuchtenetikett deutlich zu machen.

Frage: Sind gebrauchte Leuchten etikettierungs bzw. kennzeichnungspflichtig?

Dies ist nicht der Fall, vgl. § 1 Abs. 1 Nr. 1 EnVKG.

Das EnVKG dient der Umsetzung der EU-Richtlinie 2010/30/EU. Gemäß Art. 1 Abs. 3 EU-Richtlinie 2010/30/EU sind von der Kennzeichnungspflicht der Richtlinie (lediglich) „Produkte aus zweiter Hand“ ausgenommen.

Zu beachten ist,

- dass durch den Händler unmittelbar vom Hersteller erworbene Geräte schon begriffsmäßig keine "Produkte aus zweiter Hand" sind (vgl. hierzu OLG Hamm, Urteil vom 26.07.2012, Az. I-4U 16/12).

- dass nach Ingebrauchnahme der Geräte durch den Händler zu Werbezwecken solche Geräte nicht als gebrauchte Produkte i.S.d. § 1 Abs. 2 Nr. 1 EnVKG zu bewerten sind. § 2 Nr. 16 EnVKG definiert nämlich das im Weiteren unter § 3 Abs. 1 Nr. 1. a) EnVKG tatbestandmäßige Ausstellen der Produkte als das Aufstellen oder Vorführen von Produkten für den Endverbraucher am Verkaufsort zu Werbezwecken. Würde schon das Vorführen durch die Installation und Inbetriebnahme die Geräte zu gebrauchten Produkten machen, wäre jedenfalls die 2. Alt. des § 2 Nr. 16 EnVKG überflüssig (so OLG Hamm, Urteil vom 26.07.2012, Az. I-4U 16/12).
- dass ein Gerät nicht allein dadurch zum "Gebrauchsgerät" wird, [weil es elektronisch angeschlossen und in eine Musterküche eingebaut wird](#), so KG Berlin, Urteil vom 30.04.2013, Az. 5 U 35/12.

Hinweis: Die EU-Kommission hat in ihren "Frequently Asked Questions (FAQ) on the Energy Labelling Directive 2010/30/EU" zum Thema "second hand products" folgende Fragen beantwortet:

Question on second hand products:

According to Article 1(3)(a) the Directive does not apply to "second hand products". Do the following cases concern second hand products?

- a) Cases of cancellation of contracts. The consumer withdraws the contract. The product is then resold.
- b) Products that have been repaired or refurbished and are then placed on the market and resold.
- c) Swap stocks: products that are held in stock for the purpose of warranty cases and are sold at a later stage as "phase-out model".

Answer on second hand products

- a) This would be considered a second hand good if it has been used.
- b) Yes, repaired products are normally second hand product unless it has been significantly changed and comes e.g. with a new warranty period in which case it can be considered as a new product.
- c) No, this concerns new product because they have not been offered for sale before"

Frage: Sind Leuchten kennzeichnungspflichtig, die auf Messen präsentiert werden?

Jedenfalls nicht zwangsläufig. Nach § 2 Nr. 16, § 3 Abs. 1 EnVKG sind Elektrogeräte nur dann kennzeichnungspflichtig, wenn sie an einem Verkaufsort für den Endverbraucher aufgestellt oder vorgeführt werden. Das OLG Hamm entschied in dem Zusammenhang (Az. I-4 10812), dass ein Verkaufsort im Sinne dieser Vorschrift eine Messe dann nicht darstelle, wenn die Geräte den Verbrauchern auf der Messe nur präsentiert, aber nicht an sie verkauft werden.

Frage: Besteht eine Kennzeichnungspflicht auch bei der Vermietung?

Ja, die Kennzeichnungspflicht ist auch umzusetzen, sollten Leuchten an Endverbraucher vermietet oder zum Ratenkauf angeboten werden, vgl. hierzu Artikel 2g der Richtlinie 2010/30/EU.

Frage: Was gilt für Leuchten, die vor dem 01.03.2014 in Verkehr gebracht worden sind?

Die in der EU-Verordnung Nr. 874/2012 vorgegebene Energieverbrauchskennzeichnung für Leuchten gilt seit dem 01.03.2014, vgl. Artikel 9 der EU-Verordnung Nr. 874/2012.

Die IT-Recht Kanzlei hat (am 05.08.2013) eine Anfrage beim Umweltbundesamt dahingehend gestellt, ob seit dem 01.03.2014

- **sämtliche Leuchten** (also auch Lagerware) oder
- nur **ab dem 01.03.2014 neu** in den Verkehr gebrachte Leuchten

im Sinne der EU-Verordnung Nr. 874/2012 etikettierungs- bzw. kennzeichnungspflichtig sind.

Antwort des Umweltbundesamt:

“

"Sowohl die EU-Kommission als auch das Bundeswirtschaftsministerium beantworten diese Frage in dem Sinn, dass die Anforderungen jeweils ab dem Tag des Inverkehrbringens gelten. Ein "Nachlabeln" von bereits in Verkehr gebrachten Produkten wurde nicht diskutiert und ist auch in allen anderen delegierten Verordnungen zur Energieverbrauchskennzeichnung nicht vorgesehen. Gleichwohl ist der Bezug zum Inverkehrbringen in der Verordnung (EU) Nr. 874/2012 für die Leuchten nicht klar erkennbar.

Die EU-Kommission begründet ihre Auffassung mit den beiden folgenden Argumenten:

- Art. 5 (a) der englischen Fassung der Rahmen-Richtlinie 2010/30/EU spricht von "suppliers placing on the market."; es wäre also für ein Nachlabeln keine ausreichende Ermächtigungsgrundlage gegeben. (Anmerkung: Allerdings erfolgte die Übersetzung in die deutsche Fassung von Art. 5 (a) der RL 2010/30/EU mit "vertreiben" und nicht mit "Inverkehrbringen".)

- Art. 3 Abs. 2 der VO 874/2012 ("Leuchten, die an Endnutzer vermarktet werden sollen") ist nach Ansicht der KOM zukunftsbezogen und lässt daher den Rückschluss zu, dass das Produkt noch nicht in Verkehr gebracht wurde.

Wir müssen jedoch darauf hinweisen, dass das Umweltbundesamt ebenso wie andere

öffentliche Stellen einschließlich der EU-Kommission keine rechtsverbindliche Auskunft geben können, da eine rechtsverbindliche Auslegung den zuständigen Gerichten vorbehalten ist."

”

B. Leuchten-Kennzeichnung: Pflichten der Händler

Frage: Welchen Pflichtenkatalog haben Händler, die Leuchten vertreiben, einzuhalten?

Vorab: In Artikel 4 Abs. 2 EU-Verordnung Nr. 874/2012 wird von den Pflichten der "Lieferanten" gesprochen. Dies ist ein Übersetzungsfehler. Gemeint sind die Pflichten der Vertreiber (also der "Händler"), vgl. etwa die französische Fassung der Verordnung.

Händler, die Leuchten vertreiben und diese an Endnutzer vermarkten, haben gemäß Artikel 4 Abs. 2 EU-Verordnung Nr. 874/2012 für Folgendes zu sorgen:

Artikel 4 II a): Die Informationen, die das Etikett gemäß Anhang I Abschnitt 2 EU-Verordnung Nr. 874/2012 enthält, sind in folgenden Fällen bereit zu stellen:

- i) in jeglicher Werbung sowie in allen offiziellen Preisangeboten oder Ausschreibungsangeboten, in denen energiebezogene Informationen oder Preisinformationen zu einer bestimmten Leuchte bekannt gegeben werden,
- ii) in technischem Werbematerial zu einer bestimmten Leuchte mit Informationen zu deren spezifischen technischen Parametern.

In diesen Fällen können die Informationen in anderen Formaten als dem in Anhang I.2 festgelegten Format zur Verfügung gestellt werden, z. B. in reiner Textform.

Artikel 4 II b): Jedem in einer Verkaufsstelle ausgestellten Modell ist ein Etikett beizufügen, das der Beschreibung in Anhang I.2 entspricht. Das Etikett soll auf eine der beiden oder auf beide nachstehende Weisen ausgestellt werden:

- i) in der Nähe der ausgestellten Leuchte, um deutlich sichtbar und als das zu dem Modell gehörige Etikett erkennbar zu sein, ohne dass der Markenname und die Modellnummer auf dem Etikett gelesen werden müssen;
- ii) als klare Begleitung der am unmittelbarsten sichtbaren Informationen (z. B. Preisinformationen oder technische Informationen) zu der in der Verkaufsstelle ausgestellten Leuchte.

Artikel 4 II c): Wenn die Leuchte in einer für Endnutzer bestimmten Verpackung verkauft wird, die elektrische Lampen enthält, die der Endnutzer in der Leuchte austauschen kann, ist die Originalverpackung dieser Lampen in der Verpackung der Leuchte enthalten. Ist dies nicht der Fall, müssen in einer anderen Form auf der Außen- oder Innenseite der Leuchtenverpackung die

Informationen ausgewiesen werden, die auf der Originalverpackung der Lampen angegeben und aufgrund dieser Verordnung und anderer Verordnungen der Kommission zur Festlegung von Ökodesign-Anforderungen für Lampen gemäß der Richtlinie 2009/125/EG erforderlich sind.

Artikel 4 II d): Jedes Modell, das im Internet zum Verkauf, zur Vermietung oder zum Ratenkauf angeboten wird und für das ein elektronisches Etikett gemäß Artikel 3 Absatz 2 Buchstabe e bereitgestellt wird, ist mit dem Etikett gemäß Anhang VIII zu versehen.

Hinweise:

- Der oben zitierte Artikel 4 II b) EU-Verordnung Nr. 874/2012 entspricht der durch die EU-Verordnung Nr. 518/2014, Artikel 7 vorgegebenen Fassung.
- Gemäß Artikel 4 II d) EU-Verordnung Nr. 874/2012 (eingefügt durch die EU-Verordnung Nr. 518/2014) gelten die Bestimmungen des Anhangs VIII für den Fall, dass ein elektronisches Etikett gemäß Artikel 3 Abs. 2 lit. e bereitgestellt wird. Dies wiederum ist nur verpflichtend bei Leuchten, die seit dem 1. Januar 2015 mit einer neuen Modellkennung in Verkehr gebracht werden.
- Der in Artikel 4 b) EU-Verordnung Nr. 874/2012 genannte Anhang VIII ist einsehbar in Anhang VII der EU-Verordnung Nr. 518/2014.

Frage: Wie haben Händler das Etikett bei in Verkaufsstellen ausgestellten Leuchten anzubringen?

Gemäß Artikel 4 Abs.2 EU-Verordnung Nr. 874/2012 haben Händler von Leuchten, die in Verkaufsstellen ausgestellt werden, Folgendes zu beachten:

Jedem in einer Verkaufsstelle ausstellten Modell ist ein Etikett beizufügen, das der Beschreibung in Anhang I.2 EU-Verordnung Nr 874/2012 entspricht.

Das Etikett wird auf eine der beiden oder auf beide nachstehende Weisen ausgestellt:

- in der Nähe der ausgestellten Leuchte, um deutlich sichtbar und als das zu dem Modell gehörige Etikett erkennbar zu sein, ohne dass der Markenname und die Modellnummer auf dem Etikett gelesen werden müssen;
- als klare Begleitung der am unmittelbarsten sichtbaren Informationen (z. B. Preisinformationen oder technische Informationen) zu der in der Verkaufsstelle ausgestellten Leuchte.

Hinweis: Es ist somit nicht erforderlich, das Etikett über die oben genannten Anforderungen hinaus auch auf der Verpackung der Leuchte anzubringen!

Darüber hinaus haben die Händler die ihnen von den Herstellern oder Importeuren ausgehändigten Datenblätter für Endverbraucher bereitzuhalten (§ 4 Absatz 2 Satz 2 Nr. 2 EnVKV) .

Schließlich dürfen Händler keine Marken, Symbole, Beschriftungen oder andere Etiketten verwenden,

die vom Endverbraucher mit einer Kennzeichnung des Energieverbrauchs nach der EnVKV verwechselt werden könnten (§ 7 EnVKV). Auf diese Weise soll verhindert werden, dass der Endverbraucher in die Irre geführt oder im Unklaren gelassen wird, was den Energieverbrauch des jeweiligen Produktes anbelangt.

Frage: Woher bekommt der Händler die Etiketten für Leuchten?

Die Lieferanten haben die Etiketten unentgeltlich den Händlern zur Verfügung zu stellen. Dabei sind die Lieferanten für die Richtigkeit der von ihnen auf den Etiketten gemachten Angaben verantwortlich; ihre Zustimmung zur Veröffentlichung dieser Angaben gilt als erteilt.

Die Verordnung (EU) Nr. 518/2014 erweitert das Pflichtenprogramm der Lieferanten um die Bereitstellung **elektronischer** Energieeffizienz-Etiketten für Leuchten, die seit dem 1. Januar 2015 mit einer neuen Modellkennung in Verkehr gebracht werden.

Für diese Modelle werden Lieferanten fortan den Händlern die Etiketten nicht nur in physischer, sondern auch in elektronischer Form (als Datei) bereitzustellen haben.

Frage: Wie müssen die Etiketten den Händlern übermittelt werden?

Unbeschadet des vom Lieferanten gewählten Verfahrens zur Lieferung der Etiketten haben die Lieferanten gemäß § 4 Abs. 3a S. 2 EnVKV sicherzustellen, dass die erforderlichen Etiketten jedem Händler auf Anforderung unverzüglich zur Verfügung stehen.

Darüber hinaus sieht die Verordnung (EU) Nr. 518/2014 vor, dass Lieferanten **elektronische** Energieeffizienz-Etiketten für solche Leuchten bereitzustellen haben, die seit dem 1. Januar 2015 mit einer neuen Modellkennung in Verkehr gebracht werden.

In Betracht käme dabei zunächst eine direkte Übersendung auf einem elektronischen Datenträger (z.B. per E-Mail). In Anbetracht der zahlreichen Abnehmer, die ein Lieferant zu versorgen hat, würde dies jedoch einen unverhältnismäßig großen Aufwand bedeuten.

Insofern schlägt Erwägungsgrund 4 der Verordnung vor, dass Lieferanten für jedes Produkt die einschlägigen Etiketten in elektronischer Form (als Dateien) auf ihren Websites zum Download für die Händler bereithalten.

Allerdings ist dies in der Verordnung nicht als Gebot, sondern als Empfehlung formuliert, sodass Lieferanten auch von abweichenden Methoden Gebrauch machen könnten.

In jedem Fall aber sind die abnehmenden Händler über die konkrete Abrufmöglichkeit der Etiketten zu informieren!

Frage: Welche Pflichtinformationen sind schon bei bloßer Werbung für Leuchten anzugeben?

Gemäß Artikel 4 Abs. 2 EU-Verordnung Nr. 874/2012 haben Händler von Leuchten, die an Endnutzer vermarktet werden dafür zu sorgen, dass die Informationen, **die das Etikett gemäß Anhang I Abschnitt 2 enthält**, in folgenden Fällen bereitgestellt werden:

- in **jeglicher** Werbung sowie in allen offiziellen Preisangeboten oder Ausschreibungsangeboten, in denen energiebezogene Informationen oder Preisinformationen zu einer **bestimmten** Leuchte bekannt gegebenen werden,
- in **technischem Werbematerial** zu einer **bestimmten Leuchte** mit Informationen zu deren **spezifischen technischen Parametern**.

Sämtliche Informationen, die das Etikett gemäß Anhang I Abschnitt 2 der Verordnung enthält, müssen in diesen Fällen vollumfänglich bereitgestellt werden.

Die Informationen können

- durch die Abbildung der einschlägigen Etiketten oder
- auch in anderen Formaten, z.B. in reiner Textform.

zur Verfügung gestellt werden.

Sollte man die Informationen in Textform zur Verfügung stellen, so ist Folgendes anzugeben:

1. Name oder Warenzeichen des Lieferanten;
2. Modellkennung des Lieferanten, d. h. der üblicherweise alphanumerische Code, der ein bestimmtes Leuchtenmodell von anderen Modellen des gleichen Warenzeichens oder mit dem gleichen Lieferantennamen unterscheidet;
3. Relevanter Satz

In der Werbung ist zudem zu informieren, ob bspw. die Leuchte geeignet ist für bestimmte Leuchtmittel, ob sie austauschbare oder auch nicht austauschbare LED-Module enthält etc..

In dem Zusammenhang lautet in der Regel der Pflichthinweis wie folgt:

“

"Diese Leuchte ist geeignet für Leuchtmittel der Energieklassen: [Entsprechende Energieklassen sind anzugeben, z.B. E-A]"

”

Alternativ hierzu sind jedoch andere Fallkonstellationen zu unterscheiden - mit jeweils anders lautenden Pflichthinweisen:

- Sollte etwa die Leuchte ausschließlich nicht austauschbare LED-Module enthalten, so lautet der Satz:

“

"Die Leuchte enthält eingebaute LED-Lampen."

”

- Sollte die Leuchte sowohl nicht austauschbare LED-Module als auch Fassungen für vom Nutzer austauschbare Lampen enthalten, so lautet der Satz:

“

"Diese Leuchte enthält eingebaute LED-Lampen und hat Fassungen für Leuchtmittel der Energieklassen: [Entsprechende Energieklassen sind anzugeben, z.B. C und D]"

”

- Sollte die Lampe sowohl nicht austauschbare LED-Module als auch Fassungen für vom Nutzer austauschbare Lampen enthalten. ohne dazugehörige Lampen, so lautet der Satz: :

“

"Diese Leuchte enthält eingebaute LED-Lampen und hat Fassungen für Leuchtmittel der Energieklassen: [Entsprechende Energieklassen sind anzugeben, z.B. B - E]"

”

Hinweis: Statt des Begriffs „Leuchte“ kann ein genauerer Begriff verwendet werden, der die konkrete Leuchtenart oder das Produkt, in das die Leuchte eingebaut ist (z. B. Möbelstück), beschreibt, solange klar ist, dass der Begriff sich auf das zum Verkauf stehende Produkt bezieht, mit dem die Lichtquellen betrieben werden.

4. Skala der Energieeffizienzklassen der kompatiblen Lampen und - falls zutreffend - mit folgenden zusätzlichen Informationen:

- Angabe der Energieeffizienzklassen von Lampen, mit denen die Leuchte nicht kompatibel ist.
- Hinweis, dass die Leuchte LED-Module enthält, die nicht dafür bestimmt sind, vom Endnutzer entfernt zu werden / Hinweis, dass eine solche Leuchte keine Fassungen für vom Nutzer austauschbare Lampen enthält.

5. Weitere Pflichthinweise in bestimmten Fällen

- Wenn die Leuchte mit Lampen betrieben wird, die vom Endnutzer ausgetauscht werden können, und wenn solche Lampen in der Verpackung der Leuchte enthalten sind, lautet der Pflichthinweis wie folgt:

“

"Die Leuchte wird verkauft mit einem Leuchtmittel der Energieklasse: [Entsprechende Energieklasse ist anzugeben]"

”

Sofern erforderlich, kann der Satz so angepasst werden, dass er sich auf eine oder auf mehrere Lampen bezieht, und es können mehrere Energieeffizienzklassen angegeben werden.

- Wenn die Leuchte nur LED-Module enthält, die nicht dafür bestimmt sind, vom Endnutzer entfernt zu werden, so lautet der Pflichthinweis:

“

"Die Lampen können in der Leuchte nicht ausgetauscht werden."

”

- Wenn die Leuchte sowohl LED-Module, die nicht dafür bestimmt sind, vom Endnutzer entfernt zu werden, als auch Fassungen für austauschbare Lampen enthält und solche Lampen nicht zu der Leuchte gehören, so lautet der Pflichthinweis wie folgt:

“

"Die LED-Lampen können in der Leuchte nicht ausgetauscht werden."

”

Frage: Ist rechtskonforme Werbung für Leuchten im Internet noch möglich, wenn die Verordnung die Bereitstellung des Etiketts bzw. die darin enthaltenen Informationen für jegliche Werbung (Art. 4 Abs. 2 lit. a i)) vorschreibt?

1.) Die Kennzeichnungspflichten in der Online-Werbung nach Art. 4 Abs. 2 lit. a i)

Händler von Leuchten haben nach Art. 4 Abs. 2 lit. a i) der EU-Verordnung Nr. 874/2012 in **jeglicher** Werbung, in der energiebezogene Informationen oder Preisinformationen zu einer **bestimmten** Leuchte bekannt gegeben werden, **sämtliche Informationen**, die das Etikett gemäß Anhang I Abschnitt 2 der Verordnung enthält, vollumfänglich bereitzustellen. Zwar ist nicht zwingend das von der Verordnung etablierte Etikett anzuführen, weil es für ausreichend befunden wird, die Informationen in Textform in die Werbung zu integrieren. Zu beachten ist aber, dass Online-Werbung, die regelmäßig preisbezogen ist, in den Anwendungsbereich der Informationspflichten scheinbar bewusst eingegliedert wurde.

2.) Das weite Ausmaß der preisbezogenen Online-Werbung

Grundsätzlich unterfallen dem Begriff der preisbezogenen Online-Werbung sämtliche Produktpreisungen, die ein Händler innerhalb der von ihm genutzten Internetpräsenzen tätigt, sodass nicht nur der shopeigene Auftritt, sondern auch externe Plattformen wie amazon oder eBay, denen sich der Händler für den Vertrieb seiner Produkte bedient, erfasst sind. Als preisbezogene Werbung sind hier aber nicht nur konkrete, vom Händler bewusst konzipierte Werbebanner anzusehen. Vielmehr liegt Werbung schon dann vor, wenn außerhalb eines Angebots mit konkreter Möglichkeit zum Einkauf ein abgebildetes Produkt einem Preis individuell zugewiesen ist.

Online-Werbung liegt somit beispielsweise vor bei

- Werbebannern einer Frontseite im Online-Shop
- jeglichen produktspezifischen Anzeigen mit Preisbezug in Online-Shops, Handelsplattform oder sonstigen Webseiten
- Artikelübersichten
- Preissuchmaschinen
- Ergebnisanzeigen von Metasuchmaschinen mit integrierter Produktsuchfunktion (z.B. Google Shopping)

3.) Die Wahl der Darstellungsoption in der Online-Werbung für Leuchten

Zwar kann der Online-Händler bei der Darstellung der Pflichtinformationen bei Werbung und Angeboten im Internet grundsätzlich wählen zwischen

- der Einbindung des Etiketts oder
- der Anführung der in diesem enthaltenen Hinweise in Textform

Faktisch aber liegt die Entscheidung für die erste Option aus Gründen des geringeren Arbeitsaufwandes und der höheren Rechtssicherheit nahe. So liefe die Angabe eines Textes darauf hinaus, die Informationen des Etiketts, das immer vom Hersteller bereitzustellen ist, in Eigenarbeit zu extrahieren und nach den spezifischen Maßgaben der Verordnung auf den konkreten Leuchtentyp zuzuschneiden. Bewirbt so ein Händler verschiedenartige Leuchten, ist es wahrscheinlich, dass er im Zuge der Textgenerierung zunehmend den Überblick über die für den jeweiligen Leuchtentyp vorgegebenen Pflichtangaben verliert und so Gefahr läuft, im Zweifel einzelne Leuchten in der Werbung sogar mit falschen oder falsch eingegliederten Hinweisen zu versehen.

Gleichzeitig aber erhöhen fehlende gesetzgeberische Angaben zu Schriftgröße, Schriftart, Hintergrund und Farbwahl das Abmahnpotenzial bei der Umsetzung der Informationspflichten in Textform.

War die Möglichkeit der Darstellung per Texthinweis ursprünglich als Erleichterung und Entlastung für (Online)-Händler konzipiert, so kehrt sie sich bei Leuchten ins Gegenteil um und führt zu einem Plus an Mühe und Rechtsunsicherheit, sodass die Online-Händler für ihre Werbung auf die Einbindung der Energieetiketten in direkter, graphischer Form zurückgreifen müssten.

4.) Faktisches Boykott der Online-Werbung durch Informationspflichten

a) Darstellungsunmöglichkeit wegen Platzknappheit bei Anzeigen im Internet

Online-Werbung unterscheidet sich von klassischen Produktpreisungen im Druck nicht nur durch einen ausgedehnten Definitionsbereich, sondern auch und vor allem mit Blick auf den zur Verfügung stehenden Werbeplatz.

Während so in herkömmlichen Prospekten, die ausschließlich für Werbezwecke konzipiert sind, jedem dargestellten Produkt ein entsprechender Raum für Wahl- und Pflichtangaben eingeräumt werden kann, sind digitale Werbeanzeigen oftmals in ihren Dimensionen stark begrenzt.

Wird nun bei der Online-Werbung von Leuchten aber die Anführung des Energieeffizienzetiketts (oder eines entsprechenden aufwendigen und unsicheren Textes) unabhängig von der konkreten Werbemaßnahme vorgeschrieben, so wird der räumliche Rahmen der Werbung gesprengt.

Insofern nämlich müssen die Dimensionen des elektronisch eingebundenen Etiketts denen des gedruckten entsprechen und so Maße von 5cm in der Länge und 10 cm in der Breite einhalten, wie sich aus Art. 4 Abs. 2 lit. a) am Ende ergibt. Selbst aber, wenn man den Formatbegriff der Verordnung, die unter Nennung der Textform scheinbar vielmehr abweichende Darstellungsformen meint, dahingehend versteht, dass dimensionale Anpassungen des Etiketts zulässig sind, folgt nichts anderes.

Immerhin müsste das Etikett nämlich noch gut lesbar und klar erkennbar sein. Zu beachten ist zudem, dass Online-Werbung nicht nur die Vorgaben der Verordnung (EU) Nr. 874/2012 einzuhalten hat, sondern gleichzeitig verschiedene Informationspflichten anderer Rechtsakte (wie z.B. der Preisangabenverordnung) umzusetzen und so neben Abbildung und Preis weitere Hinweise anzuführen hat.

b) keine Darstellung per Mouse-Over-Effekt zulässig

Eine Lösung könnte es sein, lediglich einen Hinweis auf die Etikettengraphik in der Online-Werbung einzubinden und diesen als Link für eine Mouse-Over-Anzeige einzusetzen. Insofern würde das Etikett erst beim Bewegen des Cursors über den Ausgangslink oder dessen Berührung auf einem Touchscreen angezeigt und würde die aus Platzgründen vielfach unmögliche direkte Darstellung umgehen.

Die Rechtsprechung lässt eine Einbindung von verordnungsimmanenten Pflichtinformationen im Rahmen eines Mouse-Over-Effekts jedoch nicht zu.

So verneinte bereits im Jahre 2011 das OLG Frankfurt a.M. (Urteil v. 23.02.2011, Az: 6 W 111/10) die Zulänglichkeit eines solchen Vorgehens, indem es anführte, dass eine Anzeige per Mouse-Over-Effekt dem Informationsinteresse des Verbrauchers, dem die Angabepflichten zu dienen bestimmt sind, nicht genüge. Insofern könne die generelle Wahrnehmung von Hinweisen als Ergebnis einer Mouse-Over-Anzeige nicht gewährleistet werden, weil das Auslösen des Effekts durch Verbraucher vom Zufall abhängt.

Dieser Argumentation folgend erachtete auch das LG Hamburg (Urteil v. 13.06.2014 (315 O 150/14) die Anzeige von Pflichthinweisen als Mouse-Over-Information in der Werbung mit Google Ads für

ungenügend. Zudem gab es zu bedenken, dass die Verfügbarkeit von Mouse-Over-Darstellungen und mithin auch die Wahrnehmbarkeit der Pflichtinformationen vom verwendeten Endgerät abhängt. Bei Smartphones oder Tablets, die eines klassischen Cursors entbehren, sei es insofern regelmäßig schon technisch unmöglich, den Mouse-Over-Effekt auszulösen.

c) Widerspruch zur Möglichkeit der geschachtelten Anzeige bei Online-Angeboten nach VO (EU) Nr. 518/2014

Die obige Argumentation zugrunde gelegt, macht das Erfordernis der Leuchtenetiketteneinbindung die rechtskonforme Online-Werbung für derartige Lichtspender nahezu unmöglich. Zwar mag es findige Händler geben, die innerhalb ihres eigenen Online-Shops genügend Platz schaffen können, um die Etiketten für jedes Leuchtenmodell anzuführen. Spätestens aber, wenn sich die konkrete Werbestructur der direkten Einflussmöglichkeit der Händler entzieht, kann ein Etikett als Folge der Platzknappheit nicht mehr hinreichend dargestellt werden. Dies gilt für Artikelübersichten auf externen Vertriebsplattformen ebenso wie für in ihrem Umfang stark begrenzte Anzeigen auf Drittseiten oder Suchmaschinen.

Dass die Einbettung des Etiketts in der Werbung per Mouse-Over-Effekt nicht zulässig sein soll, steht allerdings in einem unüberwindbaren Widerspruch zu Art. 7 der EU-Verordnung Nr. 518/2014, der die originäre Leuchtenkennzeichnungsverordnung um einen Art. 4 Abs. 2 d) erweitert und Kennzeichnungspflichten für Online-*Angebote* von Leuchten vorgibt. Hier soll grundsätzlich auch das elektronische Etikett angeführt werden. Zulässig ist aus Platzgründen **aber gerade** ein Pendant zum Mouse-Over-Effekt: die geschachtelte Anzeige.

Während also die Online-Werbung, deren Informationsgehalt für Verbraucher weniger bedeutend ist als ein konkretes Angebot mit immanenter Einkaufsmöglichkeit, rigiden darstellerischen Vorgaben, nämlich (fast zwangsweise) der direkten Anzeige des Leuchtenetiketts, unterliegt, darf bei Angeboten im Internet auf die direkte Darstellung verzichtet werden. Es ist anzunehmen, dass diese Fehlwertung des europäischen Gesetzgebers auf die mangelnde Reflexion und Folgeneinschätzung der von ihm selbst erlassenen Rechtsakte zurückzuführen ist.

5.) Erhebliche Zweckverfehlung des überdehnten Pflichtenprogramms

Die Pflicht zur Einbindung des Leuchtenetiketts in jede Form von Online-Werbung (oder die alternative Obliegenheit zur Angabe der Etikettenhinweise in Textform) läuft offensichtlich den Zweckerwägungen der EU-Verordnung Nr. 874/2012 zuwider.

Sie geht nämlich mit einem erheblichen Verwaltungsaufwand der Online-Händler einher, welche die korrekte Darstellung der Informationen in jeglicher, auch externer und in ihrem Umfang stark begrenzter Werbung umzusetzen haben und im Falle der Unmöglichkeit auf beliebte Werbemaßnahmen im Zweifel verzichten müssen. Eine derart intensive Belastung ist nach Erwägungsgrund 5 der Verordnung aber gerade nicht intendiert.

6.) Fazit

Art. 4 Abs. 2 lit.a i) sieht für jegliche Formen der preisbezogenen Leuchtenwerbung entweder die Anführung des Etiketts oder die darin enthaltenen Informationen in Textform vor. Scheinbar war der Europäischen Kommission in ihrem gesetzgeberischen Übereifer nicht bewusst, dass sie damit auch alle Arten der Internetwerbung in den Regelungsbereich mit einbezog und so ein unflexibles Pflichtenprogramm für Online-Händler statuierte, das diese vor erhebliche Probleme bei der Rechtsumsetzung stellt. Weil eine Entscheidung für das Energieetikett und gegen eine arbeitsintensive und rechtsunsichere Einbindung von Texthinweisen nahe liegt, können die Kennzeichnungserfordernisse für Leuchten in einem faktischen Werbeboykott und einer damit eingehenden erheblichen Benachteiligung des Online-Handels münden. Immerhin bieten die wenigsten Werbeflächen im Internet genügend Platz für eine direkte Darstellung des Etiketts, sodass bei der verordnungskonformen Umsetzung der Informationspflichten vielen Formen der Online-Werbung den Boden unter den Füßen wegziehen.

Frage: Nach welchen Regeln richtet sich die Energieverbrauchskennzeichnung beim Verkauf via Fernabsatz?

Grundsätzlich ist vorab zu differenzieren, ob eine Leuchte

- bloß beworben wird oder
- tatsächlich konkret zum Kauf angeboten wird.

Zwar sind auch bei der bloßen Werbung für Leuchten die Effizienzetiketten gem. Art. 4 Abs. 2 lit a i) oder ihre textliche Entsprechung stets zwingend darzustellen. Bei einem konkreten Verkaufsangebot jedoch greifen die durch die VO (EU) Nr. 518/2014 erweiterten Pflichten und Gestaltungsvoraussetzungen ein.

Ein konkretes Verkaufsangebot unterscheidet sich von bloßer Werbung durch die Bereitstellung weitergehender Informationen. Anders als Werbung enthalten Angebote so eine Auflistung der wesentlichen Vertragsmerkmale, bezogen sowohl auf Eigenschaften, Lieferumfang und Daten des jeweiligen Produktes sowie auf die Identität des Verkäufers, sog. „essentialia negotii“. (OLG München, Urteil vom 31.03.2011, Az.6 U 3517/10)

Für die Werbung bestehen hinsichtlich des Umfangs der Informationspflichten ins besondere in Bezug auf die Bereitstellung des Etiketts widersprüchlicherweise zurzeit (noch) kaum Unterschiede (s.o.)

Die Art der anzugebenden Informationen hängt wiederum davon ab, wann die Leuchten in den Verkehr gebracht werden und mittels welchen Kommunikationsmittels sie per Fernabsatz vertrieben werden vgl, hierzu Artikel 4 Abs. 2 der EU-Verordnung Nr. 874/2012

- Die Energieverbrauchskennzeichnung von Leuchten, die vor dem 01. Januar 2015 in Verkehr gebracht worden sind, hat unabhängig vom verwendeten Kommunikationsmittel (Internet, Katalog etc.) ausschließlich den Bestimmungen des Art. 4 Abs. 2 lit. a EU-Verordnung Nr. 874/2012 zu entsprechen.

- Die Energieverbrauchskennzeichnung von Leuchten, die seit dem 1. Januar 2015 mit einer neuen Modellkennung in Verkehr gebracht und über das Internet angeboten werden, hat den Bestimmungen der EU-Verordnung Nr. 874/2012 zu entsprechen, die wiederum durch die Vorgaben der EU-Verordnung Nr. 518/2014 in Art. 4 Abs. 2 lit. d ergänzt worden sind.
- Die Energieverbrauchskennzeichnung von Leuchten, die zwar seit dem 1. Januar 2015 mit einer neuen Modellkennung in Verkehr gebracht, **aber über ein anderes Kommunikationsmittel als das Internet (z.B. Katalog) angeboten werden**, richtet sich wieder ausschließlich nach den Kennzeichnungsvorgaben der EU-Verordnung Nr. 874/2012, ohne dass der durch die Verordnung Nr. 518/2014 eingefügte Art. 4 Abs. 2 lit. d greift.. Bei Wahl eines Offline-Kommunikationsweges gelten nämlich für Modelle mit Marktbereitstellungsdatum vor und nach dem 01.01.2015 dieselben Bestimmungen.

Frage: Wie sind Leuchten in Online-Angeboten seit dem 01.01.2015 zu kennzeichnen?

Die Leuchtenkennzeichnungsverordnung Nr. 874/2012 wurde durch die am 05.03.2014 erlassene EU-Verordnung Nr. 518/2014 abgeändert und sieht seitdem in einem neuen Buchstaben d) zu Art. 4 Abs. 2, der auf den zusätzlich eingefügten Anhang VIII verweist, eine Pflicht zur Anführung elektronischer Etiketten bei Online-Angeboten von Leuchten vor. Erfasst sollen aber nur Leuchten sein, **die mit neuer Modellkennung seit dem 01.01.2015 in Verkehr gebracht werden**.

So heißt es in dem neuen Art. 4 Abs. 2 lit. d) der EU-Verordnung Nr. 874/2014

“

„d) [Händler von Leuchten, die an Endnutzer vermarktet werden sollen, sorgen dafür, dass...] jedes Modell, das im Internet zum Verkauf, zur Vermietung oder zum Ratenkauf angeboten wird und für das ein elektronisches Etikett gemäß Artikel 3 Absatz 2 Buchstabe e) bereitgestellt wird, mit dem Etikett gemäß Anhang VIII versehen ist.“

”

Achtung: Für Leuchten existieren keine Produktdatenblätter, sodass sich die Pflicht zur Anführung der elektronischen Formate in Online-Angeboten nur auf die Energieetiketten bezieht.

Hinweis:

Nach eindeutigen Wortlaut werden die Pflichten nur dann ausgelöst, wenn die jeweiligen Produkte zum „Verkauf, zur Vermietung oder zum Mietkauf über das Internet“ **angeboten** werden.

Erforderlich ist mithin stets ein konkretes Verkaufsangebot, das sich von bloßer Werbung durch die Bereitstellung weiterer Informationen unterscheidet. Anders als Werbung enthalten Angebote so eine Auflistung der wesentlichen Vertragsmerkmale, bezogen sowohl auf Eigenschaften, Lieferumfang und Daten des jeweiligen Produktes sowie auf die Identität des Verkäufers, sog. „essentialia negotii“. (OLG

München, Urteil vom 31.03.2011, Az.6 U 3517/10)

Für die Werbung bestehen hinsichtlich des Umfangs der Informationspflichten ins besondere in Bezug auf die Bereitstellung des Etiketts widersprüchlicherweise zurzeit (noch) kaum Unterschiede (s.o.)

Frage: Wie kann die verpflichtende Bereitstellung von elektronischen Leuchtenetiketten umgesetzt werden?

Die Verordnung (EU) Nr. 518/2014 enthält genaue Vorgaben für die zulässige Darstellung der elektronischen Etiketten und soll so nicht nur die direkte Integration der Graphiken in die Website, sondern auch die Projektion in Form einer geschachtelten Anzeige ermöglichen. Die darstellerischen Vorgaben wurden als Anhang VIII in die VO (EU) Nr. 874/2012 übernommen.

Option 1: Direkte Einbindung der Graphik

Wird das Etikett graphisch direkt in die Website eingebunden, so

- muss es auf dem jeweiligen Bildschirm des Verbrauchers (unabhängig davon, ob es sich um einen Touchscreen oder eine sonstige Bildtechnologie handelt) in der Nähe des Produktpreises erscheinen
- ist seine Größe so zu wählen, dass das Etikett gut sichtbar und leserlich ist und seine Proportionen denen entsprechen, die in der jeweiligen speziellen Kennzeichnungsverordnung für die Produktart vorgeschrieben sind.

Tipp: Wichtig: das direkt dargestellte elektronische Etikett muss demnach stets **mindestens 50 mm breit und 100 mm hoch** sein. Werden größere Formate gewählt, müssen die Proportionen (das Verhältnis 1:2 von Breite zu Höhe) gewahrt bleiben.

Exkurs: Direkte Darstellung des Etiketts als zu vergrößerndes Bild neben den verschiedenen Produktabbildungen eines Angebots zulässig?

Vielfach wird in Erwägung gezogen, dem Erfordernis der Darstellung des elektronischen Etiketts dadurch nachzukommen, dass eine Graphik in die Reihe der jeweiligen Produktabbildungen eines jeweiligen Angebots eingefügt wird und durch Anklicken oder Mouse-Over vergrößert werden kann, wie folgendes Beispiel zeigt:

Deckenleuchte Kemal

groß

★★★★★ (1)

Preis: **169,99 €**
Inkl. 19% MwSt

 **Kostenloser Versand
und Rückversand**

Gewünschte Menge:

In den Warenkorb

 Auf den Wunschzettel



Sicher einkaufen:

 **TÜV-GEPRÜFT**
Für Ihre Sicherheit

 **TRUSTED SHOPS**
Ihr Käuferschutz

- ✓ Schnelle Lieferzeiten
- ✓ Kostenlose Lieferung
- ✓ Sichere Zahlung
- ✓ Datenschutz

Diese Praxis ist nach Meinung der IT-Recht-Kanzlei aber **unzulässig**. Die direkte Einbettung der Etikettengraphik in das Angebot muss nämlich zum einen zwingend stets den Proportionen des gedruckten Etiketts (50mm x 100 mm) entsprechen und darf diese nicht durch ein kleineres Format unterlaufen. Zweitens muss sie das Kriterium der Preisnähe erfüllen, das bei einer Integrierung in die Produktabbildungen jedenfalls nicht mehr gewährleistet ist.

Darüber hinaus ist eine Vergrößerung per Mouse-Over oder Anklicken indes nach den klaren Vorgaben der Verordnung nur zulässig, wenn eine gestalterisch konforme Verlinkung gewählt wird. Diese muss stets ein Pfeil in der Farbe der Energieeffizienzklasse sein (s. direkt im Anschluss).

Option 2: Darstellung per geschachtelter Anzeige („Verlinkung“)

Weil die direkte Einbindung des Etiketts in der Nähe des Produktpreises im Einzelfall zu viel Platz beanspruchen könnte, lässt die Verordnung dessen Darstellung per Verlinkung (sog. „geschachtelte Anzeige“) zu. Diese Verlinkung muss den Zugang zum jeweiligen Etikett per Mausklick, Maus-„Roll-Over“-Funktion oder Berühren oder Aufziehen (auf einem Touchscreen) herstellen.

Voraussetzungen für die Gestaltung der Verlinkung:

- Ausgangspunkt (also Träger der Verlinkung) muss stets ein Pfeil in der Farbe der Energieeffizienzklasse des Produkts auf dem Etikett sein. 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: wird ein Produkt mit der Energieeffizienzklasse „C“ angeboten, muss der Pfeil in dem für diese Klasse vorgesehenen Orange abgebildet werden. Wird der Preis im Angebot in Schriftgröße 28 pt. dargestellt, muss der Pfeil den Buchstaben „C“ in weiß 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.

- Der Pfeil kann entweder linksbündig oder rechtsbündig dargestellt werden. Am Beispiel eines Produktes mit der Energieeffizienzklasse A+++ ist also entweder folgende Darstellung



oder aber ein in die andere Richtung zeigender Pfeil



zulässig.

Achtung: obiges Beispiel bezieht sich auf ein Produkt der Energieeffizienzklasse A+++ . Ist eine andere Klasse einschlägig, muss der Pfeil farblich dem für diese Klasse vorgesehenen Farbton entsprechen und in weiß eben diese Klasse in der Schriftgröße des Angebotspreises anführen.

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

Achtung: Für den Fall, dass die Graphik auf dem Bildschirm des Verbrauchers nicht wiedergegeben werden kann, ist stets ein alternativer Text mit dem Bild des Pfeils zu kombinieren, der die Darstellung der Informationen in nicht graphischer Form ermöglicht. Dieser muss die Energieeffizienzklasse des Produktes in einer Schriftgröße anführen, der derjenigen des Produktpreises entspricht.

Exkurs: Wie ist die Vorgabe „in der Nähe des Preises“ zu verstehen?

Sowohl bei der Wahl der direkten Einbettung des Etiketts als auch bei der Entscheidung für eine Verlinkung in Form des Pfeils muss eine Darstellung stets in Nähe des Produktpreises erfolgen. Anders als gestalterische Vorgaben aus anderen Rechtsakten, die eine „unmittelbare Nähe“ fordern, wird dem Händler hier ein größerer Gestaltungsspielraum eingeräumt.

Prinzipiell ist es somit möglich, das direkt eingebundene Etikett oder den Verlinkungspfeil oberhalb oder unterhalb oder rechts oder links vom Angebotspreis anzuführen. Auf jeden Fall aber sollte die Darstellung es zulassen, dass der Verbraucher bei Einsichtnahme des Preises zugleich auf die energierelevanten Informationen zugreifen kann.

Da bei Verzicht auf die Verlinkung das Etikett in Originalgröße dargestellt werden muss, wird der Verbraucher es schon aufgrund seiner Dimension zwangsweise wahrnehmen, sodass das Kriterium der Preisnähe hier großzügiger auszulegen sein wird als bei dem Pfeil als Verlinkungsobjekt.

Unzulässig ist nach Ansicht der IT-Recht-Kanzlei aber für beide Darstellungsoptionen eine Einbindung, **die auf der Angebotsseite ein Scrollen nach unten erforderlich macht**. Dass der Verbraucher unterhalb aller zentrierten Information weitere energieverbrauchsrelevante Angaben erwarten wird, ist nämlich regelmäßig auszuschließen.

Auch die **Sternchenlösung**, also das Einfügen eines Sternchens beim Produktpreis als Verweis auf die Darstellung der elektronischen Formate an anderer Stelle (etwa am Ende der Website) ist nicht gestattet. Eine derartige Methode läuft dem Zweck der Verordnung zuwider, den Verbraucher durch die Preisnähe der Informationen unmittelbar in Kenntnis zu setzen. Ein Sternchen wird im Zweifel nicht wahrgenommen oder ist mit einer vorgelagerten Suche nach dem Verweis verbunden.

Zu welcher der beiden möglichen Darstellungsoptionen wird eher geraten?

Die IT-Recht-Kanzlei empfiehlt, vor allem angesichts der bei einer direkten Einbindung der Graphiken resultierenden Platzknappheit die explizit angeführte Möglichkeit der geschachtelten Anzeige zu nutzen. So ist dem Online-Händler weiter eine räumlich nahezu vollständig anpassbare und individuell-gestalterische Strukturierung seiner Angabe möglich.

Frage: Auf welche Effizienzklasse ist bei der Gestaltung des Effizienzpfeils für die verlinkte Etikettendarstellung abzustellen?

1.) Das Problem

An die Darstellung des Effizienzetiketts per Verlinkung knüpft die Verordnung eine Reihe von Gestaltungsvoraussetzungen, die sich primär auf das Ausgangsobjekt der Verlinkung beziehen.

Insbesondere ist darauf zu achten, dass ein Pfeil in der Farbe der Energieeffizienzklasse des Produktes mit ausgewiesener Energieeffizienz in weißer Schrift im Inneren der Anknüpfungspunkt für das verlinkte elektronische Etikett sein muss.

Bei Leuchten stellt sich in Anbetracht der zwingenden Angabe des Pfeils mit ausgewiesener Energieeffizienzklasse und spezifischer Farbe aber das Problem, dass die Leuchte selbst nicht hinsichtlich ihrer Energieeffizienz bewertet werden kann und dass somit vielmehr auf das jeweils kompatible Leuchtmittel abzustellen ist.

Deshalb ist auf Leuchtenetiketten stets ausgewiesen, mit welchen Leuchtmitteln welcher Energieeffizienzklasse die Leuchte betrieben werden kann. Dabei wird die Kompatibilität der Leuchtmittel überwiegend nicht auf eine bestimmte Effizienzklasse (etwa A+) beschränkt, sondern lässt ein Spektrum über mehrere Klassen zu. Fraglich war lange, an welche Effizienzklasse die Pfeilgestaltung anzuknüpfen hat und ob aufgrund der Besonderheiten bei Leuchten gegebenenfalls von den darstellerischen Vorgaben abgewichen werden darf.

2. Der Lösungsvorschlag der Kommission

Nach zahlreichen Rügen und Verständnisfragen durch Online-Händler verschiedener Mitgliedsstaaten hat sich die Kommission der Problematik der Pfeildarstellung für verlinkte Effizienzetiketten bei Leuchten angenommen und mit überraschender Einsicht einen Verordnungsfehler eingeräumt, der auf der beim Erlass ungenügenden Berücksichtigung der technischen Besonderheiten von Leuchten beruht.

Die Kommission argumentiert mit Blick auf das Ziel der ursprünglichen Kennzeichnungsverordnung Nr. 874/2012, nach welchem Leuchten auf energieeffizientere Leuchtmittel ausgerichtet und entsprechend in ihrer Kompatibilität verbessert werden sollten.

Bis auf Weiteres gilt demnach Folgendes:

Grundsatz

Müssen als Ausgangspunkt für die geschachtelte Anzeige stets ein Pfeil in der Farbe der Effizienzklasse und deren Angabe in einem mittig positionierten weißen Schriftzug erfolgen, soll es für Leuchten ausreichen, die jeweils höchste Klasse eines einschlägigen Energieeffizienzspektrums als Pfeilfarbe und im Schriftzug anzuführen. So werde dem Interesse der Verbraucher hinreichend Rechnung getragen, denen es insofern nur darauf ankomme, die höchstmögliche Effizienz des Geräts einzusehen.

Besonderheit bei Leuchten mit festverbauten LEDs

Weil es bei in einer Leuchte festverbauten LEDs jedoch häufig nicht möglich ist, die genaue Energieeffizienz zu ermitteln, kann nicht davon ausgegangen werden, dass die höchste Effizienzklasse von A++ tatsächlich erreicht wird. Die festverbauten LEDs bewegen sich in einem Spektrum über die Klassen A++ bis A, sodass hier die Klasse A+ als Richtwert fungieren sollte. Wird so eine Leuchte mit LEDs innerhalb eines Spektrums von A++ bis A online zum Verkauf angeboten, reicht es für den Pfeil als Ausgangspunkt der geschachtelten Anzeige aus, diesen in der Farbe der Klasse A+ anzuführen und die Klasse in weißer Schriftform in der Mitte des Pfeils anzugeben.

Frage: Wie verhält sich Art. 4 Abs. 2 lit. a i) der VO (EU) Nr. 874/2012, der schon seit jeher die Bereitstellung von Etiketten in Angeboten vorsah, zur neuen Pflicht der Anführung von Etiketten in Online-Angeboten?

Die Erweiterung des Pflichtprogramms um die Bereitstellung elektronischer Etiketten für Leuchten in Online-Angeboten hat bereits viel Verwirrung gestiftet, weil sie sich faktisch mit dem Art. 4 Abs. 2 lit. a i) überschneidet, der ebenfalls die Pflicht zur Anführung eines Etiketts in elektronischer Form (also als Bilddatei) für „alle offiziellen Angebote“ – also auch solche im Online-Handel- vorsieht.

1. Überschneidungen und Widersprüche

Nach Art. 7 der EU-Verordnung Nr. 518/2014 soll die Pflicht zur Anführung von elektronischen Etiketten in Online-Angeboten für neue oder aktualisierte Leuchten gelten, die seit dem 01.01.2015 mit neuer Modelkennung in Verkehr gebracht werden.

Dem europäischen Gesetzgeber war augenscheinlich aber nicht bewusst, dass er die elektronische Kennzeichnungspflicht indirekt schon mit Art. 4 Abs. 2 lit. a i) der EU-Verordnung Nr. 874/2012 eingeführt hatte.

Die Anführung der Etiketten (oder eines entsprechenden Textes) ist nach dieser Regelung nämlich für „**alle offiziellen**“ Preisangebote bereits verpflichtend, also auch für solche im Online-Handel. Da im Internet die Darstellung des Etiketts aber ausschließlich durch die Einbettung einer Graphik-Datei möglich ist, bestand die Obliegenheit zur Darstellung eines elektronischen Etiketts (bei unterstellter Wahl dieser Option) ungeachtet der durch die VO (EU) Nr. 518/2014 als „Ergänzung“ eingeführten Vorschrift faktisch bereits vorher.

Intensiviert wird das Problem dadurch, dass Online-Angebote von Leuchten nach der neuen Regelung den neuen Informationspflichten grundsätzlich auf zweierlei Arten (s. den neuen Anhang VIII der VO (EU) Nr. 874/2012) genügen können:

- zum einen kann das Etikett als Graphik direkt in das Online-Angebot eingebunden werden
- zum anderen soll die Darstellung per Verlinkung genügen, die als Pop-Up das Etikett anzeigt und diesen Effekt an eine Verlinkung auf einen Pfeil innerhalb des Angebots anknüpft

Während also Art. 4 Abs. 2 lit. a i) für Online-Angebote die direkte Anführung des Etiketts oder entsprechende Hinweise in Textform vorschreibt, sieht der neue Art. 4 Abs. 2 d) neben der insofern übereinstimmenden direkten Darstellung des Etiketts die Möglichkeit einer platzsparenden geschachtelten Anzeige vor.

Weil die in dem neuen Art. 4 Abs. 2 lit. d) eingeführte Pflicht zur Kennzeichnung von Online-Angeboten mit elektronischen Leuchtenetiketten aber nur für Modelle gilt, die seit dem 01.01.2015 mit neuer Modellkennung in Verkehr gebracht werden, stellt sich die Frage, wie Leuchten unabhängig vom Datum des Inverkehrbringens generell seit Beginn des neuen Jahres im Internet rechtskonform beworben und angeboten werden können.

2. Der gegenwärtige Lösungsweg

Ob der gesetzlichen Unstimmigkeiten, die sich aus dem Zusammenspiel der neuen und bisherigen Regelungen ergeben, erscheint eine eindeutig umsetzbare Lösung in weiter Ferne. Insofern obliegt es dem europäischen Gesetzgeber, die geschaffenen Missstände in einer Revision der Rechtsakte zur Leuchtenkennzeichnung zu beheben.

Für zurzeit gültig kann dennoch folgendes Vorgehen gehalten werden:

Online-Werbung für Leuchten

Da sich der durch die EU-Verordnung Nr. 518/2014 eingefügte Art. 4 Abs. 2 lit. d) nur auf Online-Angebote beziehen, die sich von bloßer Werbung durch ihre besondere Informationsfülle unterscheiden, gelten die Kennzeichnungspflichten in der Online-Werbung unverändert fort. Mithin wird weiterhin entweder das Leuchtenetikett selbst in graphischer Form in jeglicher Internetwerbung einzubinden oder aber ein die Informationen des Etiketts wiedergebender Hinweistext anzuführen sein.

Online-Angebote von Leuchten

Zu unterstellen ist, dass dem europäischen Gesetzgeber der weite Anwendungsbereich der originären Kennzeichnungsvorgabe des Art. 4 Abs. 2 lit. a i) der EU-Verordnung Nr. 874/2012 und mithin deren Auswirkung auf Online-Angebote nicht bewusst war.

Aus dieser Überlegung heraus erscheint es plausibel, dass der neue Art. 4 Abs. 2 d) das Pflichtenprogramm der Online-Händler erst erweitern sollte. Somit muss die Pflicht zur Anführung des elektronischen Etiketts in Online-Angeboten für Leuchten, die seit dem 01.01.2015 mit neuer Modellkennung in Verkehr gebracht werden, zwingend die derzeitigen allgemeinen Regelung ersetzen. Für seit diesem Stichtag neue oder aktualisierte Modelle ist also zwingend ein elektronisches Etikett in Online-Angeboten anzuführen. **Insbesondere ist dann die Angabe von Hinweisen in Textform nicht mehr zulässig.**

Das Etikett kann direkt als Graphik in Website eingebunden werden oder in Form einer geschachtelten Anzeige dargestellt werden.

Weil allerdings nicht ausgeschlossen werden kann, dass **derzeitige** Online-Angebote, die ältere Leuchtenmodelle zum Gegenstand haben und die bisherige (wohl zu weit gefasste) Regelung zur Darstellung des Etiketts als Graphik oder in Textform nicht umsetzen, Gegenstand von Abmahnungen werden können, wird auch für solche noch zumindest die Darstellung des Leuchtenetiketts empfohlen.

Seit dem 01.01.2015 sollten Online-Angebote von Leuchten dann ausschließlich dem Regelungsbereich des neuen Art. 4 Abs. 2 lit. d) der Verordnung unterfallen.

Kurz zusammengefasst: Die Leuchtenkennzeichnung im Online-Handel mit Marktbereitstellungsdatum vor und seit dem 01.01.2015

	Vor dem 01.01.2015		Seit dem 01.01.2015
Online-Werbung	bis auf weiteres* Pflicht zur direkten Einbindung der Etikettengraphik <u>oder</u> eines Hinweistextes mit sämtlichen Informationen aus dem Etikett		bis auf weiteres* Pflicht zur direkten Einbindung der Etikettengraphik <u>oder</u> eines Hinweistextes mit sämtlichen Informationen aus dem Etikett
Online-Angebote	bis auf weiteres* Pflicht zur direkten Einbindung der Etikettengraphik <u>oder</u> eines Hinweistextes mit sämtlichen Informationen aus dem Etikett		direkte Einbindung der Etikettengraphik <u>oder</u> Darstellung des Etiketts durch geschachtelte Anzeige mit farblich und inhaltlich angepasstem Pfeil

* eine Stellungnahme des europäischen Gesetzgebers zur Frage der zwingenden Kennzeichnung in der Online-Werbung für Leuchten bleibt abzuwarten

Frage: Wie sind Lampen-Leuchten-Sets in Online-Angeboten seit dem 01.01.2015 zu kennzeichnen?

Nicht selten legen Online-Händler oder Hersteller, die erstere beliefern, einer Leuchte ein geeignetes Leuchtmittel bei, das es Endkunden ermöglichen soll, die Leuchte sofort nach Erhalt in Betrieb zu nehmen.

Wichtig: die folgenden Ausführungen gelten nur für Lampen-Leuchten-Sets mit **austauschbaren** Lampen. Sind Lampen indes fest verbaut, sind sie nach Art. 1 Abs. 2 lit.d VO (EU) Nr. 874/2012 nicht gesondert kennzeichnungspflichtig.

Seit jedoch die umfangreichen Kennzeichnungsvorgaben für Internetangebote gelten, sehen sich Online-Händler, die derartige Lampen-Leuchten-Sets vertreiben, einer erheblichen Ungewissheit gegenübergestellt. Insofern nämlich scheint die VO (EU) Nr. 518/2014 eine derartige Kombination der Produkte im Rahmen eines einheitlichen Verkaufs nicht berücksichtigt zu haben, entbehrt sie nämlich jeglicher Hinweise oder Regelungsinhalte über die Online-Etikettierung von solchen Verkaufseinheiten.

Den folgenden Ausführungen vorangestellt sei der Hinweis, dass sämtliche Überlegungen der IT-Recht Kanzlei nicht als verbindliche Faktenlage interpretiert werden dürfen. Vielmehr kann mit Blick auf die

Zielsetzung, die Systematik und die Regelungsinhalte der neuen Kennzeichnungspflichten lediglich eine Einschätzung darüber erfolgen, in welchem Umfang die Bereitstellung der elektronischen Formate in Online-Angeboten von Lampen-Leuchten-Paketen vernünftigerweise umgesetzt werden müsste.

1.) Auf welche Komponente(n) des Paketes (Lampe und/oder Leuchte) müsste abgestellt werden?

Grundsätzlich erscheint die Kennzeichnung von Kombinationspaketen aus Lampen und Leuchten insofern aufwendig und problematisch, als die VO (EU) Nr. 874/2012 für beide Produktkategorien separate Etiketten vorsieht, die auch von der spezifischen, für Online-Angebote geltenden VO (EU) Nr. 518/2014 berücksichtigt werden.

Naheliegender scheint es deshalb, aus Gründen des Verbraucherinteresses an einer – vor allem alle energieverbrauchsrelevanten Hinweise beinhaltenden – vollinformierten Kaufentscheidung sowohl die Einbettung des elektronischen Lampenetiketts als auch die des Leuchtenetiketts vorzusetzen.

Für Online-Händler würde dies bedeuten, dass sie in ihren Angeboten entweder das Lampen- und das Leuchtenetikett direkt einbinden, oder aber zwei gesonderte Pfeile als Verlinkungsträger für das jeweilige Etikett darstellen.

Der Annahme eines derartig weitreichenden Pflichtprogramms kann nach Meinung der IT-Recht Kanzlei aus mehreren Gründen allerdings nicht gefolgt werden.

Zum einen nämlich wird die mitgelieferte Lampe regelmäßig eine Zusatzleistung des Händlers (oder des den beliefernden Herstellers) darstellen, die er gewährt, um den Kauf der Leuchte als eigentliche Hauptkomponente des Angebotes attraktiver zu machen und sein Angebot gegenüber solchen, welche nur die Leuchte beinhalten, hervorzuheben.

Die Online-Kennzeichnung in Form des elektronischen Etiketts soll es dem Verbraucher ermöglichen, vorab alle relevanten Energieverbrauchsdaten einzusehen und so seine Kaufentscheidung gegebenenfalls nach dem effizientesten Angebot auszurichten.

Entscheidend kann bei Lampen-Leuchten-Sets, von diesem Verständnis ausgehend, aber nur die energiespezifische Produktgestaltung der Leuchte im Sinne der höchstmöglichen Kompatibilität mit besonders effizienten Lampen sein und nicht etwa die Effizienz des konkret mitgelieferten Leuchtmittels. Zu dessen Verwendung ist der Endkunde nach Erhalt des Pakets nämlich weder verpflichtet noch gezwungen, weil es seiner Entscheidungsfreiheit unterstellt ist, die Leuchte gegebenenfalls mit einem effizienteren Leuchtmittel als dem mitgelieferten in Betrieb zu nehmen.

So wird der Käufer seine Kaufentscheidung mit großer Wahrscheinlichkeit nicht von der Effizienz des mitgelieferten Leuchtmittels (der Lampe) abhängig machen, sondern vielmehr darauf abstellen, ob die Leuchte mit hocheffizienten Lampen überhaupt betrieben werden kann.

Selbst aber, wenn zu unterstellen wäre, dass die energieverbrauchsrelevanten Informationen der mitgelieferten Lampe von Bedeutung für die Kaufentscheidung wären (etwa, weil bei niedriger Effizienz der Lampe ein höherklassiges Set ausgewählt werden könnte), dürfte nichts anderes gelten. Zu berücksichtigen ist nämlich, dass bereits das Leuchtenetikett auf Fälle einer im Lieferumfang

enthaltenen Lampe zugeschnitten ist. Für den Fall eines solchen Sets nämlich sieht die VO (EU) Nr. 874/2012 ein gesondertes Etikett vor, das stets auch die Effizienzklasse der beigelegten Lampe ausweist:



Insofern kann der Endkunde bereits durch das Leuchtenetikett einsehen, wie effizient die mitgelieferte Lampe ist, und erhält so weitergehende Informationen zu letzterer bereits.

In Anbetracht der Tatsache, dass der elementare Teil des Lampenetiketts bereits im Leuchtenetikett aufgeht, erscheint die Pflicht zur zusätzlichen Anführung des ersteren in Online-Angeboten, nur um zusätzlich auf den durch die Effizienzklasse bedingten Energieverbrauch hinzuweisen, überflüssig.

Ähnlich wäre die Situation bei Wahl der verlinkten Darstellungen. Zwei Pfeile als Träger (in unterschiedlichen Effizienzfarben) wären die Folge, bei denen der Verbraucher noch weniger wüsste, welcher Pfeil für die Effizienzklasse des Angebotes nun ausschlaggebend ist und auf was genau sich welcher Pfeil bezieht.

2.) Auf welche Effizienzklasse ist bei der Darstellung des Leuchtenetiketts per Verlinkung abzustellen?

Soweit nach dem oben Gesagten bei Lampen-Leuchten-Sets das Online-Angebot nur die Bereitstellung des elektronischen Leuchtenetiketts (und nicht die das Lampenetiketts) voraussetzt, stellt sich im Folgenden – unterstellt, man wählt die Option der verlinkten Anzeige – die Frage, auf welche Effizienzklasse im Rahmen der Pfeildarstellung für die Etikettenverlinkung abzustellen ist.

Grundsätzlich wäre zu erwägen, mit Rücksicht auf die Kombination des Lampen-Leuchten-Pakets und zur Verdeutlichung der Zusatzleistung den Pfeil auf die Effizienzklasse der mitgelieferten Lampe auszurichten.

Allerdings hat die Europäische Kommission zur Frage, auf welche Effizienzklasse bei der Pfeildarstellung für die Etikettenverlinkung abzustellen ist, verbindlich Stellung bezogen:

- werden Leuchten-Lampen-Sets vertrieben, ohne dass in der Leuchte LEDs festverbaut sind, ist der Pfeil auf die höchstmögliche kompatible Effizienzklasse der Leuchte auszurichten
- werden Leuchten-Lampen-Sets vertrieben, bei denen die Leuchte festverbaute LEDs enthält, ist der Pfeil stets an den Mittelwert der typischen LED-Spanne A++-A, also an A+, anzupassen.

Hinweis: die einschlägige Begründung findet sich in englischer Sprache auf den Seiten 12 und 13 (Frage 12) der FAQ zur Energieverbrauchskennzeichnung der Europäischen Kommission.

IV.) Fazit

Auch wenn die Ausführungen der IT-Recht Kanzlei hierzu keine rechtliche Verbindlichkeit beanspruchen können, liegt nahe, dass es bei Set-Angeboten von Lampen und Leuchten aufgrund der Subsidiarität und der Substituierbarkeit der mitgelieferten Lampe stets nur auf das Leuchtenetikett ankommen kann. Dies gilt umso mehr, als das Etikett bereits Angaben über die Effizienz der beigelegten Lampe enthält. Wird für die Anzeige die Option der Verlinkung gewählt, muss sich bei Lampen-Leuchten-Sets der verbindliche Effizienzpfeil an der höchstmöglichen kompatiblen Effizienzklasse der Leuchte orientieren. Sind LED-Lampen verbaut, soll diese Klasse immer „A+“ sein.

Frage: Wie sind Leuchten, die seit dem 01.01.2015 in Verkehr gebracht werden, bei sonstigen Fernabsatzangeboten außerhalb des Internets zu kennzeichnen?

Leuchten, die seit dem 01.01.2015 in Verkehr gebracht und durch ein anderes Fernabsatzmittel als das Internet vertrieben werden, weichen in ihren Pflichtenauflagen anders als die meisten energieverbrauchskennzeichnungspflichtigen Produkte nicht wesentlich von denen ab, die durch die VO (EU) Nr. 518/2014 an Online-Angebote gestellt werden.

Die Pflichtenkennzeichnung für sonstige Fernabsatzmittel bestimmt sich nach Art. 4 Abs. 2 lit. a und sieht für jegliche Angebote (somit auch für solche im Fernabsatz) die Bereitstellung des Leuchtenetiketts oder der auf diesem enthaltenen Informationen vor. Während für Online-Angebote hinsichtlich der Bereitstellung elektronischer Etiketten mithin die spezifischen Anforderungen der VO (EU) Nr. 518/2014 gelten, ist in sonstigen Fernabsatzangeboten stets ebenfalls die graphische Darstellung eines Etiketts oder der darin enthaltenen Informationen verpflichtend.

Zu unterstellen ist aber, dass der europäische Gesetzgeber die originäre Reichweite der statuierten Pflichtinformationen nicht erkannt hat, da nach den Erwägungsgründen erst die VO (EU) Nr. 518/2014 eine weitreichendere Etikettierungsobliegenheit nur für den Online-Fernabsatz vorsieht und die Kommission sich dementsprechend den wortlautgemäß ohnehin schon für jegliche Angebote geltenden Voraussetzungen der Etikettenbereitstellung nicht bewusst war.

Bis es zu einer Korrektur des Pflichtenumfangs durch die Kommission kommt, ist in Fernabsatzangeboten, die nicht das Internet umfassen, für jegliche Leuchtenmodelle

- entweder das Leuchtenetikett direkt
- oder aber der nachfolgende Informationskatalog bereitzustellen:

I. Name oder Warenzeichen des Lieferanten;

II. Modellkennung des Lieferanten, d. h. der üblicherweise alphanumerische Code, der ein bestimmtes Leuchtenmodell von anderen Modellen des gleichen Warenzeichens oder mit dem gleichen Lieferantennamen unterscheidet;

III. den am konkreten Leuchtentyp orientierten relevanten Satz bezüglich der Eignung für kompatible Leuchtmittel-Effizienzen

IV. die Skala der Energieeffizienzklassen gemäß Teil 1 des Anhangs II,

V. gegebenenfalls eine der folgenden Optionen:

a) wenn die Leuchte mit Lampen betrieben wird, die vom Endnutzer ausgetauscht werden können, und wenn solche Lampen in der Verpackung der Leuchte enthalten sind, den Satz **„Diese Leuchte wird verkauft mit einem Leuchtmittel der Effizienzklasse ...“** gemäß dem Beispiel in Nummer 1 mit den entsprechenden Energieeffizienzklassen. Sofern erforderlich, kann der Satz so angepasst werden, dass er sich auf eine oder auf mehrere Lampen bezieht, und es können mehrere Energieeffizienzklassen angegeben werden,

b) wenn die Leuchte nur LED-Module enthält, die nicht dafür bestimmt sind, vom Endnutzer entfernt zu werden, den Satz **„Diese Leuchte enthält eingebaute LED-Lampen. Die Lampen können in der Leuchte nicht ausgetauscht werden“** gemäß dem Beispiel in Nummer 3 Buchstabe b,

c) wenn die Leuchte sowohl LED-Module, die nicht dafür bestimmt sind, vom Endnutzer entfernt zu werden, als auch Fassungen für austauschbare Lampen enthält und solche Lampen nicht zu der Leuchte gehören, den Satz **„Diese Leuchte enthält eingebaute LED-Lampen und Fassungen für Leuchtmittel der Energieklassen... Die LED-Lampen können in der Leuchte nicht ausgetauscht werden.“** gemäß dem Beispiel in Nummer 3 Buchstabe d,

Der Schrifttyp und die Schriftgröße, in der alle in diesem Anhang genannten Informationen aufgeführt werden, müssen lesbar sein.

Frage: Was ist für die physische Kennzeichnung zu beachten, wenn Leuchten mit Lampen in einer gemeinsamen Verkaufsverpackung an Konsumenten vermarktet werden?

Wenn die Leuchte in einer für Endnutzer bestimmten Verpackung, die elektrische Lampen enthält, die der Endnutzer in der Leuchte austauschen kann, in Verkehr gebracht wird, ist die Originalverpackung dieser Lampen in der Verpackung der Leuchte enthalten.

Ist dies nicht der Fall, müssen in einer anderen Form auf der Außen- oder Innenseite der Leuchtenverpackung die Informationen ausgewiesen werden, die auf der Originalverpackung der Lampen angegeben und aufgrund dieser Verordnung und anderer Verordnungen der Kommission zur Festlegung von Ökodesign-Anforderungen für Lampen gemäß der Richtlinie 2009/125/EG erforderlich sind, Artikel 3 Abs. 2 d EU-Verordnung Nr. 874/2012.

Hinweis: Enthält die Leuchte Lampen oder LED-Module, die nicht als Teil der Leuchte vermarktet werden und nicht dafür bestimmt sind, vom Endnutzer entfernt zu werden (also nicht austauschbar sind), ist es nicht erforderlich, die Lampen gesondert zu kennzeichnen (vgl. Art 1 Abs. 2 d) EU-Verordnung Nr. 874/2012.

Autor:

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

Rechtsanwalt