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

Kennzeichnung des Energieverbrauchs von Wohnraumlüftungsgeräten: Ab dem 01.01.2016 Pflicht

Die Kennzeichnung des Energieverbrauchs von Wohnraumlüftungsgeräten wird ab dem 01.01.2016 Pflicht sein. Welche Wohnraumlüftungsgeräte sind genau betroffen? Wie sind Wohnraumlüftungsgeräte beim Vertrieb über das Internet (z.B. Online-Shop) oder in Katalogen zu kennzeichnen? Wie sind die Vorgaben der EU-Verordnung Nr. 1254/2014 umzusetzen und viel wichtiger - wer hat sie zu befolgen? Lesen Sie zu dem Thema die nachfolgenden FAQ (frequently asked questions) der IT-Recht Kanzlei.

Allgemeine Fragen zur Kennzeichnung von Wohnraumlüftungsgeräten

Frage: Was ist ein Wohnraumlüftungsgerät?

Gemäß Artikel 2 Nr. 2 EU-Verordnung Nr. 1254/2014 bezeichnet der Begriff "Wohnraumlüftungsgerät" ein Lüftungsgerät, bei dem

a) der höchste Luftvolumenstrom höchstens 250 m3/h beträgt;
b) der höchste Luftvolumenstrom zwischen 250 und 1 000 m3/h beträgt und die nach den Angaben des Herstellers ausschließlich zur Verwendung für die Wohnraumlüftung bestimmt ist.

Der Begriff "Lüftungsgerät" bezeichnet gemäß Artikel 2 Nr. 1 EU-Verordnung Nr. 1254/2014 wiederum eine elektrisch betriebene Vorrichtung, die mit wenigstens einem Laufrad, einem Motor und einem Gehäuse ausgestattet ist und in einem Gebäude oder Gebäudeteil verbrauchte Luft durch (frische) Außenluft ersetzen soll.

Frage: Rechtsgrundlage für die Kennzeichnung des Energieverbrauchs von Wohnraumlüftungsgeräten?

Rechtsgrundlage für die Kennzeichnung des Energieverbrauchs von Wohnraumlüftungsgeräten ist ein Zusammenspiel zwischen

- der EU-Rahmenrichtlinie 2010/30/EU,
- der EU-Verordnung Nr. 1254/2014
- dem deutschen Energieverbrauchskennzeichnungsgesetz (kurz: EnVKG) sowie
- der deutschen Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (kurz: EnVKV).

Hinweis: Umfangreiche Informationen zur EU-Verordnung Nr. 1254/2014 können der Website der

Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung entnommen werden, welche übrigens auch den Gesetzgebungsprozess bis zum Inkrafttreten der EU-Verordnung dokumentiert.

Frage: Warum müssen Wohnraumlüftungsgeräte gekennzeichnet werden?

Energiesparen liegt bei der EU im Trend. Verbraucher sollen in Zukunft eher zu den energiesparsamen Geräten greifen. Deshalb verpflichtet der europäische Gesetzgeber mittels EU-Verordnungen und EU-Richtlinien Hersteller, Importeure und Händler, sog. energieverbrauchsrelevante Produkte (dazu gehören auch Wohnraumlüftungsgeräte) mit ihrem jeweiligen Energieverbrauch deutlich zu kennzeichnen.

Gerade das Potenzial zur Reduzierung des Energieverbrauchs von Wohnraumlüftungsgeräten ist erheblich, da auf Wohnraumlüftungsgeräten ein wesentlicher Teil des Gesamtenergieverbrauchs in der Europäischen Union entfällt. Zusammen mit der Verordnung (EU) Nr. 1253/2014 der Kommission (2) wird die Verordnung Nr. 1254/2014 voraussichtlich zu einer Steigerung der Gesamtenergieeinsparung um 1 300 PJ (45 %) auf 4 130 PJ im Jahr 2025 führen.

Um nun den Verbrauchern, wie schon bei vielen anderen elektronischen Produkten geschehen, den Überblick über die zum Teil stark auseinanderfallenden Effizienzklassen und den durchschnittlichen Energieverbrauch zu erleichtern und damit gleichzeitig den Vertrieb verbrauchssparender Produkte zu fördern, hat die Europäische Kommission jüngst eine neue Verordnung (EU-Verordnung Nr. 1254/2014) erlassen, die erstmalig die Etikettierung von Wohnraumlüftungsgeräten als energieverbrauchsrelevante Produkte vorsieht.

So müssen ab dem 01.01.2016 alle Wohnraumlüftungsgeräte, die im europäischen Raum auf den Markt gebracht werden, mit einem einheitlichen Label versehen werden, dessen Vorgaben in der Verordnung punktuell aufgeführt werden.

Frage: Welche Wohnraumlüftungsgeräte sind von der EU-Verordnung Nr. 1254/2014 erfasst?

Die EU-Verordnung Nr. 1254/2014 legt Anforderungen an die Kennzeichnung netzbetriebener Lüftungsgeräte fest, bei denen

a) der höchste Luftvolumenstrom höchstens 250 m3/h beträgt;
b) der höchste Luftvolumenstrom zwischen 250 und 1 000 m3/h beträgt und die nach den Angaben des Herstellers ausschließlich zur Verwendung für die Wohnraumlüftung bestimmt ist.

Gemäß Artikel 2 Abs. 3 bezeichnet „Höchster Luftvolumenstrom“ die angegebene Höchstrate des Luftdurchflusses eines Lüftungsgerätes, die sich mittels einer eingebauten oder gesondert mitgelieferten Steuerung unter Norm-Luftbedingungen (20 °C) und bei 101 325 Pa erzielen lässt, wenn das Gerät vollständig (d. h. einschließlich sauberer Filter) und gemäß den Herstelleranweisungen eingebaut ist, bei WLA mit Kanalanschlussstutzen bezieht sich der höchste Luftvolumenstrom auf den

Luftstrom bei 100 Pa statischer Außendruckdifferenz und bei WLA ohne Kanalanschlussstutzen auf den Luftvolumenstrom bei der niedrigsten erzielbaren Gesamtluftdruckdifferenz, für die aus dem Satz der Werte 10 (Mindestwert), 20, 50, 100, 150, 200 und 250 Pa derjenige gewählt wird, der gleich dem Wert der gemessenen Druckdifferenz ist oder unmittelbar darunter liegt;

Frage: Welche Wohnraumlüftungsgeräte sind nicht von der EU-Verordnung Nr. 1254/2014 erfasst?

Die EU-Verordnung Nr. 1254/2014 gilt gemäß Artikel 1 Abs. 2 nicht für Wohnraumlüftungsgeräte, die

a) in einer Richtung wirken (Abluft oder Zuluft) und über eine elektrische Eingangsleistung von weniger als 30 W verfügen;

b) ausschließlich für den Betrieb in explosionsgefährdeten Bereichen im Sinne der Richtlinie 94/9/EG des Europäischen Parlaments und des Rates (4) ausgelegt sind;

c) für den ausschließlichen Betrieb in Notfällen über kurze Zeiträume ausgelegt sind und die Brandschutz-Grundanforderungen an Bauwerke der Verordnung (EU) Nr. 305/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates (5) erfüllen;

d) ausschließlich für den Betrieb bei folgenden Bedingungen ausgelegt sind:

- Betriebstemperaturen der geförderten Luft über 100 °C;
- Betriebsumgebungstemperatur für den Antriebsmotor des Ventilators, falls jener außerhalb des Luftstroms liegt, über 65 °C;
- Temperatur der geförderten Luft oder Betriebsumgebungstemperatur für den Antriebsmotor, falls jener außerhalb des Luftstroms liegt, unter – 40 °C;
- Versorgungsspannung über 1 000 V bei Wechselstrom oder 1 500 V bei Gleichstrom;
- in toxischen, hochgradig korrosiven oder zündfähigen Umgebungen oder in Umgebungen mit abrasiven Stoffen;

e) Vorhandensein eines Wärmeübertragers oder einer Wärmepumpe zur Wärmerückgewinnung als Teil des Geräts oder der Möglichkeit einer Wärmeübertragung oder -entnahme über die Wärmerückgewinnung hinaus, mit Ausnahme der Wärmeübertragung zwecks Frostschutz oder Enteisung;

f) Einstufung als Dunstabzugshaube im Sinne der delegierten Verordnung (EU) Nr. 65/2014 der Kommission.

Frage: Inwieweit ist für die Kennzeichnung entscheidend, ob ein Wohnraumlüftungsgerät bloß beworben oder konkret angeboten wird?

Hinsichtlich der Anforderungen an die Kennzeichnung ist streng dahingehend zu unterscheiden, ob Wohnraumlüftungsgeräte bloß **beworben** oder tatsächlich **konkret angeboten** werden.

Hiervon nämlich hängt der Umfang der Kennzeichnung ab:

- So ist bei der **bloßen Werbung** für ein bestimmtes Wohnraumlüftungsgerät mit energie- oder preisbezogenen Informationen lediglich die Energieeffizienklasse des jeweiligen Geräts mit aufzuführen.
- Bei einem **konkreten Verkaufsangebot** dagegen ist sowohl das elektronische Etikett (in den Proportionen Breite = 75mm und Länge = 150mm) als auch das Produktdatenblatt abzubilden - und zwar in der Nähe des Gesamtpreises.

Bloße Bewerbung eines Wohnraumlüftungsgeräts

Eine bloße Bewerbung eines Wohnraumlüftungsgeräts im Internet ist gegeben, wenn

- es keine Möglichkeit gibt, die Ware direkt in den Warenkorb zu legen und
- dem Verbraucher noch nicht die wesentlichen Vertragsmerkmale in Gestalt des beworbenen Produkts, des Verkäufers sowie des Verkaufspreises bekannt gegeben worden sind, aufgrund derer er in die Lage versetzt wird, eine Entscheidung über den Erwerb zu treffen (vgl. hierzu etwa OLG München, Urteil vom 31.03.2011, Az. 6 U 3517/10).

Ein konkretes Verkaufsangebot

Ein konkretes Verkaufsangebot liegt im Internet vor, wenn dem Kunden

- die wesentlichen Vertragsmerkmale in Gestalt des beworbenen Produkts, des Verkäufers sowie des Verkaufspreises bekannt gegeben worden sind, aufgrund derer er in die Lage versetzt wird, eine Entscheidung über den Erwerb zu treffen (vgl. hierzu etwa OLG München, Urteil vom 31.03.2011, Az. 6 U 3517/10).
- die Möglichkeit hat, das angebotene Wohnraumlüftungsgerät direkt in den virtuellen Warenkob zu legen.

Frage: Liegt Werbung vor, wenn Produkte nur unter der Rubrik "Zuletzt aufgerufen" erscheinen?

Nicht zwingend, so das LG Köln (Urteil vom 03. April 2014 – 31 O 608/12):

> *"Dagegen handelt es sich bei den Einblendungen unter der Rubrik "Zuletzt aufgerufen" nicht um Werbung im Sinne der genannten Vorschriften. Denn bei den "zuletzt aufgerufenen" Produkten hat der Verbraucher sich diese bereits angesehen, sich damit befasst und über eine Kaufentscheidung nachgedacht. Auch wenn die Darstellung werbewirksam eingesetzt wird, handelt es sich dabei nicht in erster Linie um (perpetuierte) Werbung, sondern eher um einen "Merkzettel". Insofern greift der Sinn und Zweck des § 6a EnVKV und der weiteren genannten Vorschriften nicht ein, da der Verbraucher bereits bei der ersten Wahrnehmung der entsprechenden Angebote auf einen Blick den angegebenen Preis sowie die Energieeffizienzklasse hat erfassen können."*

Aber Achtung: Das ist bisher nicht höchstrichterlich entschieden worden. Daher entspricht es dem sichersten Weg, auch Einblendungen unter der Rubrik "Zuletzt aufgerufen" als Werbung einzustufen.

Frage: Sind gebrauchte Wohnraumlüftungsgeräte 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 Geräten schon begriffsmäßig keine "Produkte aus zweiter Hand" sind (vgl. hierzu OLG Hamm, Urteil vom 26.07.2012, Az. I-4U 16/12).
- dass die Ingebrauchnahme der Geräte durch den Händler zu Werbezwecken keine solche i.S.d. § 1 Abs. 2 Nr. 1 EnVKG darstellt. § 2 Nr. 16 EnKVG definiert nämlich das im Weiteren unter § 3 Abs. 1 Nr. 1. a) EnVKG tatbestandsmäßige 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 "Gebrauchgerät" 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: 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 is can be considered as a new product.
c) No, this concerns new product because they have not been offered for sale before"

Frage: Sind Wohnraumlüftungsgeräte 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 die Kennzeichnungspflicht bei Vermietung (oder Ratenkauf) von Wohnraumlüftungsgeräten?

Ja, die Kennzeichnungspflicht betrifft alle Online-Händler, die Wohnraumlüftungsgeräte an Endverbraucher verkaufen, vermieten oder zum Ratenkauf anbieten, vgl. hierzu Artikel 2g der Richtlinie 2010/30/EU.

Frage: Ab wann müssen Wohnraumlüftungsgeräte gekennzeichnet werden?

Nach dem Wortlaut der Verordnung haben Lieferanten und Händler die Kennzeichnungsvorgaben der EU-Verordnung Nr. 1254/2014 grundsätzlich ab dem 01.01.2016 einzuhalten.

Frage: Was droht bei Verstößen gegen die Kennzeichnungspflicht?

Verstöße gegen das EnVKG und das EnVKV können folgende behördliche und zivilrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

1. Verstöße sind Ordnungswidrigkeiten

Vorsätzliche und fahrlässige Verstöße gegen die einzelnen Pflichten aus der EnVKV und dem EnVKG stellen gemäß § 15 EnVKG (in Verbindung mit § 8 EnVKV) Ordnungswidrigkeiten dar, die mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 Euro belegt werden können.

Hersteller, Importeure und Händler sollten daher die ihnen auferlegten Pflichten beachten, um hohe Geldbußen zu vermeiden.

2. Abmahnungen durch Mitbewerber

Es drohen allerdings nicht nur behördliche Sanktionen. Mitbewerber und sonstige nach dem UWG Anspruchsberechtigte können bei Verstößen gegen die Pflichten der EnVKV und dem EnVKG Ansprüche nach dem UWG geltend machen.

Die sich aus dem EnVKG und dem EnVKV ergebenden Pflichten sind als Marktverhaltensregelungen gemäß § 4 Nr. 11 UWG anzusehen. Somit müssen Unternehmer, die gegen die entsprechenden Pflichten verstoßen, insbesondere mit – ebenfalls mit Kosten verbundenen – Abmahnungen rechnen.

Beispiel: Das LG Ingolstadt hat mit Urteil vom 19.06.2012 (Az. 1 HK o 924/12, 1 HKO, 924/12) entschieden, dass das Weglassen der Energieeffizienzklasse

- eine spürbare Beeinträchtigung des Wettbewerbs gemäß § 3 I UWG darstelle. Dies ergebe sich bereits aus der gesetzgeberischen Wertung in § 5 a IV UWG. Danach gelten Informationen, die dem Verbraucher aufgrund gemeinschaftsrechtlicher Verordnungen oder nach Vorschriften zur Umsetzung gemeinschaftsrechtlicher Richtlinien nicht vorenthalten werden dürfen, als wesentlich.
- eine irreführende und damit unlautere geschäftliche Handlung nach § 5 a II und IV UWG darstelle, weil die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern durch das Vorenthalten von wesentlichen Informationen beeinflusst werde.

B. Wohnraumlüftungsgeräte-Kennzeichnung: Pflichten der Händler gemäß EU-Verordnung Nr. 1254/2014

Frage: Welchen Pflichtenkatalog haben Händler elektrischer Wohnraumlüftungsgeräte einzuhalten?

Händler elektrischer Wohnraumlüftungsgeräte haben gemäß Artikel 4 EU-Verordnung Nr. 1254/2014 sicherzustellen, dass

a) jedes Wohnraumlüftungsgerät an der Verkaufsstelle das von den Lieferanten gemäß Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe a bereitgestellte Etikett deutlich sichtbar außen an der Vorder- oder Oberseite trägt;

b) Wohnraumlüftungsgeräte, die 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 von den Lieferanten gemäß Anhang VI bereitzustellenden Informationen versehen werden, es sei denn, das Angebot erfolgt über das Internet — in diesem Fall gelten die Bestimmungen des Anhangs VII;

c) Werbung für ein bestimmtes Modell eines Wohnraumlüftungsgerätes, die Angaben zum Energieverbrauch oder zum Preis enthält, stets einen Hinweis auf die Klasse des spezifischen Energieverbrauchs des Modells umfasst;

d) in technischem Werbematerial zu einem bestimmten Modell mit Informationen zu den technischen Parametern eines Wohnraumlüftungsgerätes auch dessen Klasse des spezifischen Energieverbrauchs angegeben und die Gebrauchsanweisungen des Lieferanten enthalten sind.

Frage: Wie sind Wohnraumlüftungsgeräte im Ladengeschäft auszustellen?

Händler haben gemäß § 4 EnVKV sicherzustellen, dass alle Wohnraumlüftungsgeräte in der Verkaufsstelle das von den Lieferanten bereitgestellte Etikett deutlich sichtbar und nicht verdeckt an der Vorder- oder Oberseite tragen. Deutlichkeit und Sichtbarkeit der Etiketten dürfen nicht durch sonstige Angaben, Aufdrucke oder Hinweise beeinträchtigt werden.

Darüber hinaus haben die Händler die ihnen von den Herstellern oder Importeuren ausgehändigten Datenblätter für Endverbraucher bereitzuhalten (§ 4 Absatz 6 EnVKV) .

Schließlich dürfen Unternehmen 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. (Dieses Verbot gilt nicht für von der Europäischen Union vorgegebene oder einzelstaatliche Umweltkennzeichnungsregelungen.)

Frage: Woher bekommt der Händler das Etikett und die Datenblätter für Wohnraumlüftungsgeräte?

Die Lieferanten haben die Etiketten und Datenblätter unentgeltlich den Händlern zur Verfügung zu stellen (auch in elektronischer Form) - vgl. Artikel 3 Abs. 1 EU-Verordnung Nr. 1254/2014. Dabei sind die Lieferanten für die Richtigkeit der von ihnen auf Etiketten und Datenblättern gemachten Angaben verantwortlich; ihre Zustimmung zur Veröffentlichung dieser Angaben gilt als erteilt.

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

Vorab: Entscheidend für den Umfang der Kennzeichnung ist, ob ein Wohnraumlüftungsgerät bloß beworben wird oder tatsächlich konkret zum Kauf angeboten wird.

- So ist bei der **bloßen Werbung** für ein bestimmtes Wohnraumlüftungsgerät mit energie- oder preisbezogenen Informationen lediglich die Energieeffizienklasse des jeweiligen Geräts mit aufzuführen.
- Bei einem **konkreten Verkaufsangebot** dagegen ist sowohl das elektronische Etikett (in den Proportionen Breite = 75mm und Länge = 150mm) als auch das Produktdatenblatt abzubilden - und zwar jeweils in der Nähe des Gesamtpreises.

Wie unterscheidet sich nun bloße Werbung von einem Verkaufsangebot? Dies wird hier besprochen.

Die Art der anzugebenden Informationen hängt davon ab, wann die Wohnraumlüftungsgeräte in den Verkehr gebracht und mittels welchen Kommunikationsmittels sie per Fernabsatz vertrieben werden:

- Die Energieverbrauchskennzeichnung von Wohnraumlüftungsgeräten, die ab dem 1. Januar 2016 mit einer neuen Modellkennung in Verkehr gebracht und über **das Internet** angeboten werden, richtet sich nach **Artikel 4 i.V.m. Anhang VII** der EU-Verordnung Nr. 1254/2014.

- Die Energieverbrauchskennzeichnung von Wohnraumlüftungsgeräten, die ab dem 1. Januar 2016 mit einer neuen Modellkennung in Verkehr gebracht und über **ein anderes Kommunikationsmittel als das Internet** (z.B. Katalog) angeboten werden, richtet sich nach **Artikel 4 i.V.m. Anhang VI** der EU-Verordnung Nr. 1254/2014.

Frage: Wie sind Wohnraumlüftungsgeräte, die ab dem 01.01.2016 in Verkehr gebracht werden, in Internetangeboten zu kennzeichnen?

Gemäß Artikel 4 b EU-Verordnung Nr. 1254/2014 gelten beim Verkauf von Wohnraumlüftungsgeräten, die über **das Internet** angeboten werden, spezielle Kennzeichnungspflichten, die im Anhang VII der EU-Verordnung Nr. 1254/2014 konkretisiert sind.

So kann die Darstellung **im Internet** gemäß Anhang VII der EU-Verordnung Nr. 1254/2014 zum einen durch die unmittelbare und direkte Einbindung der Etiketten und Datenblätter in das jeweilige Online-Angebot erfolgen. Platzsparender und ebenfalls zulässig ist aber auch die Einbettung der Formate per Verlinkung, die aber wiederum an strenge Gestaltungsvorgaben geknüpft ist.

Tipp: Online-Händler haben also die Wahl, ob sie

- die Graphiken in der Nähe des jeweiligen Produktpreis integrieren oder
- mit einer speziellen Verlinkung (die Verordnung verwendet in dem Zusammenhang den Begriff "geschachtelte Anzeige)" auf die Graphiken verweisen.

Die notwendig einzuhaltenden gestalterischen Vorgaben für beide Darstellungsoptionen werden im Folgenden aufgeführt:

a. Darstellung des Etiketts

Option 1: Direkte Einbindung der Graphik

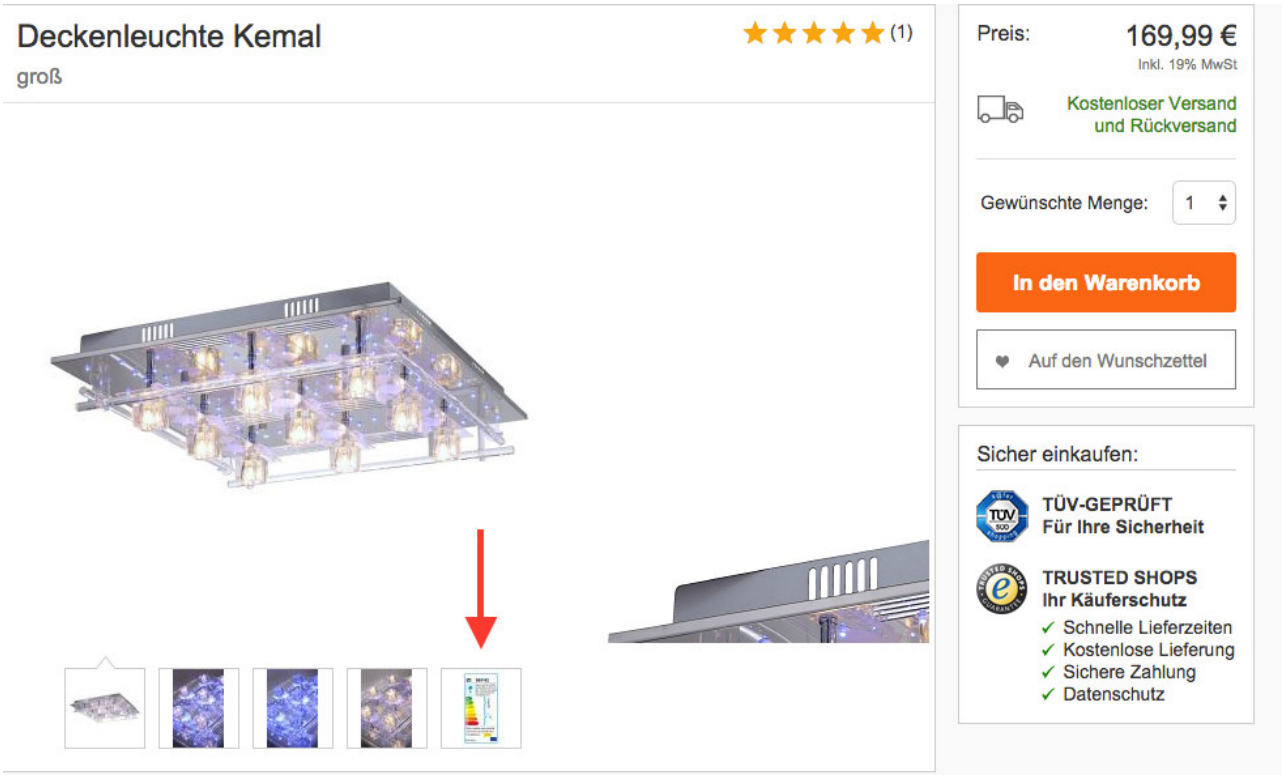
Wird das Etikett graphisch direkt in die Website eingebunden, so

- 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 75 mm breit und 150 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?

Verschiedene Online-Händler ziehen zurzeit in Erwägung, 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 (in dem Fall für Leuchten) zeigt:



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 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 des Etiketts per 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 Produkts 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. Wird ein Scrollen notwendig, kann somit nicht garantiert werden, dass das direkt eingebundene Etikett oder die Verlinkung in Pfeilform wahrgenommen wird.

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.

b. Darstellung des Produktdatenblattes

Option 1: direkte Einbindung der Graphik

Wird das Datenblatt graphisch direkt in Website integriert, muss auch dieses auf dem Bildschirm des Verbrauchers in der Nähe des Produktpreises erscheinen. Es muss in Bezug auf seine Größe gut sichtbar und leserlich sein.

Option 2: Darstellung per geschachtelter Anzeige

Auch für das Produktdatenblatt besteht die Möglichkeit einer mittelbaren Darstellung in Form einer Verlinkung, die per Mouse-Over, Anklicken oder Berühren/Aufziehen die Einsichtnahme möglich macht. Zulässiger Anknüpfungspunkt ist einzig ein Link, der zur entsprechenden Graphik weiterleitet. Er muss klar und leserlich als **„Produktdatenblatt"**angeführt sein und in der Nähe des Produktpreises angeführt

´werden.

Hinweis zur Preisnähe des Produktdatenblatts: die im Exkurs weiter oben dargelegten Erwägungen gelten hier entsprechend.

c. Zu welcher der beiden möglichen Darstellungsoptionen wird eher geraten?

Die IT-Recht-Kanzlei empfiehlt, vor allem angesichts des bei einer direkten Einbindung der Graphiken benötigten Platzes, die explizit angeführte Möglichkeit der geschachtelten Anzeige zu nutzen.

Da die Verordnung für Online-Händler eine Bereitstellung von Etikett Datenblatt „beim Angebot“ zum Kauf, zur Miete oder zum Ratenkauf einschlägiger Ware vorsieht, müssten die Informationen nicht erst auf der dem jeweiligen Produkt zugeordneten Unterseite eines Shops angeführt werden, sondern schon in bloßen Produktübersichten oder Listen auf der jeweiligen Internetpräsenz.

Gerade in diesen aber ist der für eine direkte graphische Darstellung erforderliche Platz regelmäßig nicht vorhanden, sodass nur mit einer geschachtelten Anzeige nebst dem jeweiligen Produkt den Pflichten Rechnung getragen werden kann, ohne die Übersichtlichkeit und Kompaktheit der Listen zu gefährden.

Frage: Wie sind Wohnraumlüftungsgeräte, die ab dem 01.01.2016 in Verkehr gebracht werden, bei sonstigen Fernabsatzangebote außerhalb des Internets zu kennzeichnen?

Der nachfolgend aufgeführte Informationskatalog bezieht sich ausschließlich

- auf Wohnraumlüftungsgeräte, die ab dem 01.01.2016 in den Verkehr gebracht werden und
- auf Fernabsatzangebote außerhalb des Internets, wie z.B. für den Vertrieb per Katalog- oder Telefonbestellung.

Folgende Informationen müssen in nachstehender Reihenfolge aufgeführt sein, vgl. Artikel 4 i.V.m. Anhang VI* der EU-Verordnung Nr. 1254/2014:

a) Klasse des spezifischen Energieverbrauchs des Modells gemäß Anhang II;
b) spezifischer Energieverbrauch (SEV) in kWh/(m2a) für jede anwendbare Klimazone;
c) höchster Luftvolumenstrom in m3/h;
d) Schallleistungspegel LWA in Innenräumen in dB, auf die nächste ganze Zahl gerundet;

Hinweise:

- Werden weitere Angaben, die im Produktdatenblatt enthalten sind, ebenfalls gemacht, sind sie in der Form und Reihenfolge bereitzustellen, die in Anhang IV festgelegt ist.
- Der Schrifttyp und die Schriftgröße, in der alle in diesem Anhang genannten Angaben gedruckt oder angezeigt werden, müssen gut lesbar sein.

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

Händler haben gemäß Artikel 4 c), d) EU-Verordnung Nr. 1254/2014 sicherzustellen, dass

- Werbung für ein bestimmtes Modell eines Wohnraumlüftungsgerätes, die Angaben zum Energieverbrauch oder zum Preis enthält, stets einen Hinweis auf die Klasse des spezifischen Energieverbrauchs des Modells umfasst.
- in technischem Werbematerial zu einem bestimmten Modell mit Informationen zu den technischen Parametern eines Wohnraumlüftungsgerätes auch dessen Klasse des spezifischen Energieverbrauchs angegeben und die Gebrauchsanweisungen des Lieferanten enthalten sind.

Zu beachten ist, dass diese Ausweisungsobliegenheiten sämtliche Online-Präsenzen von Händlern (z.B. eigener Online-Shop, eBay, Amazon etc.) betreffen, in denen die entsprechenden Produkte mit Preisangabe beworben werden.

Auch unterfallen der Angabepflicht der Energieeffizienzklasse nicht nur Produktsuchmaschinen, die lediglich eine Kategorisierung oder einen Vergleich stoffähnlicher Produkte vornehmen und im Folgenden eine Weiterleitung auf Lieferantenseiten ermöglichen, sondern auch schlichte Google-Anzeigen. In diesen ist nämlich eine Preisinformation zunehmend ebenfalls enthalten, sodass bereits dort die Energieeffizienzklasse eines bestimmten Wohnraumlüftungsgerätes aufgeführt sein muss.

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

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360