

von Anna-Lena Baur

Angabe der Energieeffizienzklasse im Internet – BGH klärt Rechtslage

Bei Werbung für energieverbrauchsrelevante Produkte im Internet war bisher umstritten, wo die erforderliche Energieeffizienzkennzeichnung (EEK) zu erfolgen hat (die IT-Recht Kanzlei berichtete über das Urteil des [OLG Stuttgart](#)). Insbesondere bestand Uneinigkeit darüber, ob der Verbraucher durch einen Link zur erforderlichen Information geleitet werden darf oder ob eine Kennzeichnung in unmittelbarer Nähe zur Nennung des Preises, also auf dem Angebotsbildschirm, zu erfolgen hat.

In seinem Urteil vom 04.02.2016 (Az.: I ZR 181/14) nimmt der BGH klar Stellung und unterscheidet bei der Beurteilung von Sachverhalten zwischen der Rechtslage vor und nach Januar 2015.

1. Der Sachverhalt

Die Beklagte hatte im April 2012 in ihrem Webshop Fernsehgeräte angeboten. Dabei unterlag sie der aus dem Unionsrecht stammenden Pflicht, bei jeglicher Werbung mit energie- oder preisbezogenen Informationen auch die Energieeffizienzklasse des beworbenen Elektrogeräts anzugeben. Die Beklagte suchte dieser Informationspflicht nachzukommen, indem sie unmittelbar unter der Abbildung des Fernsehgeräts einen Link „Details zur Energieeffizienz“ eingefügt hatte, über den der Kunde zu der erforderlichen Information gelangte.

Die Klägerin vertrat die Ansicht, dass die EEK unmittelbar in der Werbung für das kennzeichnungspflichtige Produkt zu erfolgen habe. Dem Verbraucher wesentliche Informationen zum Energieverbrauch des Geräts über einen Link zur Verfügung zu stellen sei nicht ausreichend, sodass das Verhalten der Beklagten eine unlautere Handlung nach UWG darstelle.

Der BGH ist der Ansicht der Beklagten zwar in diesem speziellen Fall gefolgt, allerdings weist das oberste Zivilgericht auf die seit der Veröffentlichung der beanstandeten Werbung in Kraft getretene Gesetzesänderung und eine damit einhergehende Differenzierungsnotwendigkeit hin.

2. Rechtslage: Fernseher, die bis zum 31.12 2014 in Verkehr gebracht worden sind

Das in diesem Fall unmittelbar anwendbare Unionsrecht enthielt bisher nur die Regelung, dass bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes Fernsehgerätemodell mit energie- oder preisbezogenen Informationen auch dessen Energieeffizienzklasse anzugeben ist (Art. 3 Abs. 1 Buchst. d Delegierte Verordnung Nr. 1062/2010). Dem Verbraucher soll damit eine informierte Entscheidung darüber ermöglicht werden, ob er das jeweilige Produkt angesichts des damit einhergehenden Energieverbrauchs erwerben möchte.

Nach Ansicht des BGH erfordert weder der Wortlaut der Regelung „bei“ noch der Regelungszweck, dass

die Energieeffizienzklasse unmittelbar am Ort der Werbung anzugeben ist. Vielmehr sei es ausreichend, wenn die erforderliche Information auf einer Unterseite zur Verfügung gestellt würde, die sich nach dem Anklicken eines entsprechenden, sich in unmittelbarer Nähe der Produktwerbung befindlichen Links öffne.

Die Beklagte, die die Streitgegenständliche Werbung im April 2012 verwendet hatte und deren Verhalten nach der damals geltenden Rechtslage zu beurteilen sei, hatte sich demnach nicht unlauter i.S.d. UWG verhalten. Abhängig von der jeweiligen Natur der Produktpräsentation als Angebot oder Werbung können jedoch ähnliche Sachverhalte, bei denen Elektrogeräte mit neuer Modellkennung nach dem 01.01.2015 in den Verkehr gebracht werden, eine andere rechtliche Beurteilung erfahren - so der BGH.

3. Rechtslage: Fernseher, die seit dem 01.01.2015 in Verkehr gebracht werden

Im Zeitraum zwischen der Veröffentlichung der beanstandeten Werbung und des Urteils des BGH wurde die europäische Verordnung (Delegierte Verordnung EU Nr. 1062/2010), auf der die Pflicht zur Energieeffizienzkenzeichnung fußt, ergänzt:

Für Fernsehgerätemodelle, die ab dem 1. Januar 2015 mit einer neuen Modellkennung in Verkehr gebracht werden, müssen die Lieferanten den Händlern ein elektronisches Etikett (Art. 4 Abs. 1 Buchst. a Delegierten VO Nr. 518/2014) und ein elektronisches Produktdatenblatt (Art. 4 Abs. 1 Buchst. b der Delegierten VO Nr. 518/2014) bereitstellen. Das elektronische Etikett muss innerhalb von Angeboten im Internet die Energieeffizienzklasse des Fernsehgeräts enthalten und muss auf dem Bildschirm, in der Nähe des Produktpreises, angezeigt werden (Art. 4 Abs. 2 i.V.m Anhang IX Nr. 2 der Delegierte VO Nr. 518/2014).

Das Etikett kann auch durch einen Pfeil verlinkt werden, der die Farbe der dem Produkt entsprechenden Effizienzklasse aufweist und auf dem die Energieeffizienzklasse des Produkts in weißer, der Schriftgröße des Preises entsprechender Schrift, enthalten ist (Anhang IX Nr. 3 Delegierte VO Nr. 518/2014).

4. Differenzierung zwischen Angebot und Werbung erforderlich

Zu beachten ist für diesen Rechtslagenvergleich freilich, dass die strengeren Bestimmungen der Delegierten VO Nr. 518/2014, die eine verpflichtende Anzeige des Energieeffizienzetiketts beinhalten, dem eindeutigen Wortlaut nach nur für konkrete Verkaufsangebote gelten. Bei der bloßen Produktwerbung finden sie indes keine Anwendung.

Nur dann also, wenn die Produktpräsentation im Internet alle wesentlichen Vertragsinformationen wie die Identität des Online-Händlers als Vertragspartner, den Kaufpreis sowie die Eigenschaften des Kaufgegenstandes enthält und dadurch als Angebot zu qualifizieren ist, ist den scharfen Gestaltungsvorgaben der Delegierten VO Nr. 518/2014 zu folgen, welche die Anforderungen an die

Etiketteneinbindung unausweichlich regeln. Liegt ein Angebot vor, verdrängen diese Sonderregelungen auch die Pflicht zur Nennung der Energieeffizienzklasse. Letztere wird nämlich spätestens aus dem Etikett, frühestens durch die verpflichtende farbliche und textliche Ausgestaltung des Pfeils ersichtlich.

Wirbt der Händler nun indes nur für ein einschlägiges energieverbrauchsrelevantes Produkt, ohne dieses bereits konkret zum Verkauf anzubieten, genügt auch weiterhin die bloße Angabe der Energieeffizienzklasse (und gerade nicht diejenige des Etiketts) innerhalb der Werbung nach der jeweiligen produktbasierten Kennzeichnungsverordnung.

Nur auf diese Konstellation nimmt letztlich auch das aktuelle BGH-Urteil Bezug und stellt heraus, dass es für die Anführung der Effizienzklasse innerhalb einer Werbeanzeige ausreicht, dass diese erst über einen hinreichend eindeutigen Link auf einer Unterseite erreichbar wird.

Da außerhalb des Anwendungsbereichs der Delegierten VO Nr. 518/2014, kommt es für die Werbung insofern auch weiterhin nie darauf an, ob das jeweilige Produkt vor oder nach dem 01.01.2015 in Verkehr gebracht wurde.

5. Fazit des BGH

Nach Ansicht des BGH muss die Energieeffizienzklasse in der Werbung für energieverbrauchsrelevante Produkte nicht zwangsweise innerhalb der Werbeanzeige selbst angeführt werden. Dem mit der Kennzeichnungspflicht verfolgten Schutzzweck einer möglichst vollumfänglichen Verbraucherinformation werde auch hinreichend dadurch Rechnung getragen, dass die Effizienzklasse erst auf einer Unterseite einsehbar ist, auf welche die Werbung hinreichend deutlich verlinkt.

Anders verhält es sich indes, wenn ein ab dem 01.01.2015 in Verkehr gebrachtes energieverbrauchsrelevantes Produkt im Anwendungsbereich der Delegierten VO Nr. 518/2014 zum konkreten Verkauf über das Internet **angeboten** und gerade nicht bloß beworben wird. Hier führt die mit der Verordnung einhergehende Gesetzesänderung im Ergebnis dazu, dass „die Energieeffizienzklasse stets auf dem Bildschirm in der Nähe des Produktpreises erscheinen muss, weil dort entweder das die Energieeffizienzklasse enthaltende Etikett oder der die Energieeffizienzklasse enthaltende Pfeil darzustellen ist“.

Autor:

Anna-Lena Baur

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)