

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

## Leitfaden: Fernsehgeräte / LED-Monitore richtig im Internet kennzeichnen

Die rechtskonforme Kennzeichnung von Fernsehgeräten im Internet hat sich in den letzten Jahren zu einer echten Herausforderung entwickelt. Dabei sind mittlerweile die Vorgaben dreier (!) EU-Verordnungen zu berücksichtigen, wobei der Umfang der Kennzeichnungspflichten wiederum davon abhängt, ob Fernsehgeräte konkret angeboten oder bloß beworben werden. Die IT-Recht Kanzlei stellt sich der Herausforderung und veröffentlicht einen aktuellen Leitfaden zur rechtssicheren Kennzeichnung von Fernsehgeräten im Internet.

### A. Abmahnsichere Rechtstexte

Grundvoraussetzung für den abmahnsicheren Verkauf von Fernsehgeräten über das Internet ist zunächst einmal die Verwendung geeigneter Rechtstexte, wie:

- **Impressum**
- AGB & Kundeninformationen
- Widerrufsbelehrung
- Datenschutzerklärung

#### **Tipp:**

Für den Fall, dass Sie sich beim Verkauf von Fernsehgeräten mit passenden Rechtstexten absichern möchten:

Die IT-Recht Kanzlei bietet Ihnen professionelle Unterstützung zur Absicherung Ihrer Verkaufspräsenz/en an - und zwar zu günstigen wie auch monatlich kündbaren Pauschalpreisen.

Einen Überblick über die Sicherheitspakete der IT-Recht Kanzlei **finden Sie gerne hier**.

## B. Begriffsbestimmung: Fernsehgerät

Der Begriff "Fernsehgerät" bezeichnet

- einen Fernsehapparat oder einen Videomonitor, vgl. Artikel 2 Nr. 1 der **EU-Verordnung Nr. 1062/2010**
- auch LED-Monitore (so OLG Köln, Urteil vom 26. Februar 2014 - I-6 U 189/13, 6 U 189/13)

Im Einzelnen:

### 1. Fernsehapparat

Der Begriff "Fernsehapparat" bezeichnet ein Produkt, das vorwiegend zur Anzeige und zum Empfang audiovisueller Signale konzipiert ist, unter einer Modell- oder Systembezeichnung in Verkehr gebracht wird und aus folgenden Komponenten besteht:

- einem Bildschirm,
- einem oder mehreren Signalempfängern (Tuner/Receiver) sowie fakultativen Zusatzfunktionen für die Datenspeicherung und/oder -anzeige, wie z. B. DVD-Laufwerk, Festplatte oder Videokassettenrekorder, entweder in einer einzigen Einheit mit dem Bildschirm kombiniert oder als eine oder mehrere hiervon getrennte Einheit(en);

- vgl. Artikel 2 Nr. 1 der **EU-Verordnung Nr. 1062/2010**

### 2. Videomonitor

Die Definition des Videomonitors (Art. 2 Nr. 3 **EU-Verordnung Nr. 1062/2010**) umfasst ihrem Wortlaut nach Geräte, die zur Anzeige eines Videosignals aus unterschiedlichen Quellen, einschließlich Fernsehsignalen, auf einem integrierten Bildschirm konzipiert sind, die fakultativ Audiosignale von einem externen Quellgerät steuern und wiedergeben und die durch genormte Videosignalfade, darunter Cinch (Component Cinch, Composite Cinch), SCART, HDMI und künftige Drahtlosstandards (jedoch mit Ausnahme ungenormter Videosignalfade wie DVI und SDI) angeschlossen sind, aber Sendesignale nicht empfangen und verarbeiten können.

Durch die zuletzt genannte Einschränkung (die fehlende Receiver- und Tunerkomponente) unterscheiden sich Videomonitor von Fernsehapparaten.

Ausdrücklich ausgenommen von der Definition des Videomonitors werden (Computer-) Monitore, die ungenormte Videosignalfade wie DVI und SDI nutzen. Dagegen fällt ein über genormte Videosignalfade angeschlossenes, zur Anzeige von (Audio- und) Videosignalen auf einem Bildschirm konzipiertes Gerät wiederum unter den Wortlaut der Begriffsbestimmung.

Gemäß der allgemeinen Regel, dass Ausnahmen eng auszulegen sind, sind damit in grammatikalischer Hinsicht Geräte, die sowohl ungenormte als auch genormte Videosignalfade nutzen, ebenfalls als Videomonitor im Sinne der Verordnung anzusehen, so das OLG Köln (Urteil vom 26. Februar 2014 - I-6 U 189/13, 6 U 189/13). So sei auch begründbar, dass es sich bei LED-Monitore um Fernsehgeräte, nämlich um Videomonitor (Art. 2 Nr. 1 und 3 VO 1062/2010) handele.

### 3.LED-Monitore

Sind LED-Monitore auch Fernsehgeräte? Ja, so das OLG Köln (Urteil vom 26. Februar 2014 - I-6 U 189/13, 6 U 189/13). Aus dem Wortlaut der Definition von Videomonitoren ergebe sich, dass nur solche Monitore nicht tatbestandlich seien, die Signale ausschließlich über ungenormte Pfade bezögen. Dies seien in der Regel Computermonitore. Sei ein Produkt - wie der LED-Monitor - indes in der Lage, sowohl genormte als auch ungenormte Pfade zu nutzen, so sei die Definition des Videomonitors grundsätzlich erfüllt.

## C. Kennzeichnungspflichten

### I. Werbung oder Angebot: Davon hängt Umfang der Kennzeichnung ab

Es ist ganz entscheidend, ob ein Online-Händler ein Fernsehgerät im Internet

- lediglich **bewirbt** oder
- konkret **anbietet**.

Genau hiervon hängt der Umfang der gesetzlichen Kennzeichnungspflicht ab!

## 1. Bloße Werbung = reduzierte Kennzeichnung

Bewirbt ein Online-Händler bloß ein Fernsehgerät im Internet, so zeigt sich der Gesetzgeber genügsam:

Es ist in der Werbung lediglich

- die Energieeffizienzklasse und
- das Spektrum der auf dem Etikett verfügbaren Effizienzklassen

anzugeben (s. Art. 6a EU-Verordnung 2017/1369).

Aber Achtung: Dies gilt unabhängig davon, ob die Bewerbung eines bestimmten Fernsehgeräts energiebezogene oder preisbezogene Informationen enthält.

## 2. Konkretes Angebot = umfassende Kennzeichnung

Wird dagegen ein Fernsehgerät im Internet konkret angeboten, so sind deutlich umfangreichere Kennzeichnungspflichten umzusetzen:

Es ist in der Nähe des Produktpreises

- das elektronische Etikett sowie
- das Produktdatenblatt

im Angebot zu integrieren.

(s. Artikel 4 b EU-Verordnung 1062/2010 in der durch Artikel 4 (2) EU-Verordnung 518/2014 vorgegebenen Fassung).

### 3. Was ist Werbung? Was ein Angebot?

Die Abgrenzung zwischen bloßer Werbung und einem Angebot kann im Einzelfall äußerst kompliziert und mit großen Rechtsunsicherheiten behaftet sein (wir haben das Thema bereits in einem **anderen Zusammenhang behandelt**.)

Online-Händlern, denen es um größtmögliche Rechtssicherheit geht, sei zu folgender Unterscheidung geraten:

a. Von einer bloßer **Bewerbung** eines Fernsehgeräts sollte ausschließlich dann ausgegangen werden, wenn

- der Preis für das Fernsehgerät und/oder
- der Verkäufer des konkret beworbenen Fernsehgeräts

nicht genannt wird.

b. Dagegen sollte von einem **Angebot** immer dann ausgegangen werden, wenn der Produktpreis **und** der Verkäufer bekannt ist.

#### **Praxishinweis:**

Aus dem Grunde empfiehlt die IT-Recht Kanzlei Händlern, die einen eigenen Online-Shop betreiben, **sämtliche** Darstellungen bepreister Fernsehgerätmodelle in kennzeichnungsrechtlicher Hinsicht als Angebote einzuordnen - unabhängig davon, ob Warenkorb-Button dargestellt werden oder nicht.

Dies betrifft bspw.

- Kategorie-Übersichten,
- Artikeldetailseiten,
- Shop-Suchergebnisse,
- Cross-selling-Angebote,
- Newsletter,
- Besondere Darstellungen "zuletzt angesehen" , "zu diesem Artikel passt auch ..." oder "andere Käufer kauften auch ..."

#### 4. Beispiele für bloße Werbung

Beispiel:



### Samsung MU7009

4K-Fernseher, HDR, 3.840 x  
2.160 Pixel, DVB-S2 HD / DVB-T2  
HD, HDMI Eingänge 4

Note Ø 1,8      ★★★★★ 5

112 Angebote

**759,00 – 4.499,00 €**

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

## 5. Beispiel für Angebote

Erstes Beispiel:



The screenshot shows a product listing for an LG 55UJ6309 TV. On the left is a small image of the TV displaying a coastal town. To the right of the image is the LG logo and the product name: "LG 55UJ6309, 139 cm (55 Zoll), UHD 4K, SMART TV, LED TV, True Motion 100, 1600 PMI, DVB-T2 HD, DVB-C, DVB-S, DVB-S2". Below this is a table of specifications:

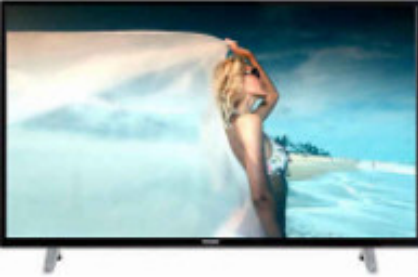





▪ Bildqualität:	UHD 4K
▪ SMART TV:	Ja
▪ Produkttyp:	LED TV
▪ Bildschirmdiagonale (Zoll):	55 Zoll
▪ Bildwiederholungsfrequenz:	True Motion 100

To the right of the specifications, the price is listed as "619.-" with a note "inkl. MwSt. zzgl. Versand € 39,90". Below the price is a green arrow with the letter "A" and the text "Produktdatenblatt". There are two checkmarks: "Online sofort verfügbar" and "Marktverfügbarkeit prüfen". At the bottom right, there is an orange button "In den Warenkorb" and a white button "Details".

Diese Darstellung eines Fernsehgeräts (in einem Online-Shop) ist ohne Zweifel ein konkretes Angebot. Der Verkäufer und der Preis sind bekannt, zudem ist es möglich die Ware direkt in den Warenkorb zu legen.

Zweites Beispiel:



%	%	%
		
<p>TELEFUNKEN</p>	<p>GRUNDIG</p>	<p>BLAUPUNKT</p>
 <p>Telefunken D50U600M4CW LED - Fernseher (127 cm / (50 Zoll), 4K Ultra HD, Smart - TV &gt;</p> <p>Energieeffizienz: A+</p> <p>★★★★★</p> <p><del>ab 649,00 €</del> ab 399,99 €</p>	 <p>Grundig 43GFB6623 LED - Fernseher (108 cm / (43 Zoll), Full HD, Smart - TV &gt;</p> <p>Energieeffizienz: A+</p> <p>★★★★★</p> <p>699,00 € 369,99 €</p>	 <p>Blaupunkt B40S148T2CS Smart LED - Fernseher (102 cm / (40 Zoll), Full HD, Smart - TV &gt;</p> <p>Energieeffizienz: A+</p> <p>★★★★★</p> <p><del>ab 549,00 €</del> ab 299,99 €</p>

Diese Fernseher werden aktuell bei [quelle.de](http://quelle.de) beworben. Der Anbieter ist bekannt (Quelle-GmbH), die Preise sind es auch. Unabhängig davon, dass

- es keinen Warenkorb-Button gibt
- bei dieser Produktansicht nur wenige Produktinformationen sichtbar sind,

empfiehlt die IT-Recht Kanzlei (sicherheitshalber) diese Darstellung in "kennzeichnungsrechtlicher Hinsicht" als konkrete Angebote zu behandeln.

## II. Pflichtkennzeichnung bei bloßer Werbung

Wie bereits oben besprochen, ist bei der bloßen **Bewerbung** eines bestimmten Fernsehgeräts im Internet

- die Energieeffizienzklasse
- das Spektrum der auf dem Etikett verfügbaren Effizienzklassen

anzugeben.

Dies gilt **unabhängig** davon, ob die Bewerbung eines bestimmten Fernsehgeräts energiebezogene oder preisbezogene Informationen enthält.

## III. Pflichtkennzeichnung bei konkreten Angeboten

Wie bereits oben dargestellt, haben Online-Händler bei Fernsehgerät-Angeboten

- das elektronische Etikett sowie
- das Produktdatenblatt

in das Angebot zu integrieren.

Im Einzelnen:

## 1. Einbindung des elektronischen Etiketts

Wird das Etikett graphisch direkt in das Angebot eingebunden, so muss es in der Nähe des Preises dargestellt werden.

Da aber die rechtlich vorgegebene Größe des elektronischen Etiketts (mindestens 60 mm breit und 120 mm hoch) viel Platz kostet, ist es in rechtlicher Hinsicht auch ausreichend, das Etikett bloß im Angebot zu verlinken.

Hierbei sind jedoch folgende Regeln einzuhalten:

So muss ein Pfeil in der Farbe der Energieeffizienzklasse des Produkts auf dem Etikett verwendet werden. 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:



### **Praxishinweis:**

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.

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

## 2. Produktdatenblatt

In der Nähe des Gesamtpreises des Fernsehgeräts ist das (vom Lieferanten bereitgestellte) Produktdatenblatt darzustellen. Die Größe ist so zu wählen, dass das Produktdatenblatt gut sichtbar und leserlich ist. Eine bloße Verlinkung des Datenblatts ist zulässig. Der Link muss in dem Fall lauten "Produktdatenblatt".

## 3. Beispiel

Positivbeispiel:



LG 55UJ6309, 139 cm (55 Zoll), UHD 4K, SMART TV, LED TV, True Motion 100, 1600 PMI, DVB-T2 HD, DVB-C, DVB-S, DVB-S2



▪ Bildqualität:	UHD 4K
▪ SMART TV:	Ja
▪ Produkttyp:	LED TV
▪ Bildschirmdiagonale (Zoll):	55 Zoll
▪ Bildwiederholungsfrequenz:	True Motion 100

**619.-**

inkl. MwSt. zzgl. Versand € 39,90 

**A**

[Produktdatenblatt](#)

-  Online sofort verfügbar
-  Marktverfügbarkeit prüfen

 [In den Warenkorb](#)

[Details](#)

Dieses konkrete Angebot findet sich aktuell bei otto.de. Die Energieverbrauchskennzeichnung wird hier gut gelöst:

- Der Pfeil wird in der Nähe des Produktpreises dargestellt.
- Die Farbe des Pfeils entspricht der Energieeffizienzklasse, nämlich grün.
- Der Buchstabe entspricht der Energieeffizienzklasse: A+
- Die Größe des Buchstaben entspricht der Schriftgröße des Preises
- Klickt man auf den Pfeil, so erscheint das Etikett in Originalgröße (von einer entsprechenden Abbildung wird hier abgesehen)
- Auch das Produktdatenblatt ist als Link ("Produktdatenblatt") im PDF-Format in der Nähe des Preises hinterlegt.

Autor:

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

Rechtsanwalt