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

Leitfaden: Warmwasserspeicher richtig im Internet kennzeichnen

Die rechtskonforme Kennzeichnung von Warmwasserspeichern 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 Warmwasserspeicher konkret angeboten oder bloß beworben werden. Die IT-Recht Kanzlei stellt sich der Herausforderung und veröffentlicht einen aktuellen Leitfaden zur rechtssicheren Kennzeichnung von Warmwasserspeichern im Internet.

A. Abmahnsichere Rechtstexte

Grundvoraussetzung für den abmahnsicheren Verkauf von Warmwasserspeichern 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 Warmwasserspeichern 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. Was ist ein Warmwasserspeicher?

Gemäß Artikel 2 Nr. 9 der EU-Verordnung 812/2013 bezeichnet der Begriff "Warmwasserspeicher" einen Behälter zur Speicherung von Warmwasser einschließlich Zusatzmitteln zur Warmwasserbereitung und/oder zur Raumheizung, der mit keinerlei Wärmeerzeugern außer eventuell einem oder mehreren Hilfs-Tauchheizelementen ausgestattet ist;

„Hilfs-Tauchheizelement“ ist gemäß Artikel Nr. 10 EU-Verordnung 812/2013 ein auf dem Joule-Effekt beruhendes elektrisches Widerstandsheizelement, das als Teil eines Warmwasserspeichers nur bei Unterbrechung der Versorgung durch die externe Wärmequelle (auch während der Wartung) oder bei deren Ausfall Wärme erzeugt oder Teil eines solarbetriebenen Warmwasserspeichers ist und Wärme liefert, wenn die Solarwärmequelle für das gewünschte Temperaturniveau nicht ausreicht;

C. Konkrete Kennzeichnungspflichten

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

Es ist ganz entscheidend, ob ein Online-Händler ein Warmwasserspeicher 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 einen Warmwasserspeicher 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. 6 a EU-Verordnung 2017/1369).

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

2. Konkretes Angebot = umfassende Kennzeichnung

Wird dagegen ein Warmwasserspeicher 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 (2b) EU-Verordnung 812/2013 in der durch Artikel 10 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.

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

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

- der Preis für den Warmwasserspeicher und/oder
- der Verkäufer des konkret beworbenen Warmwasserspeichers

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 Warmwasserspeicher 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. Beispiel für bloße Werbung

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

5. Beispiele für Angebote

Erstes Beispiel:

Diese Darstellung eines Warmwasserspeichers (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:

BOSCH

Warmwasserspeicher »TR3500TRO«, ND Untertischspeicher

159,99 €

A

- Stufenlose Temperatureinstellung bis ca. 85°C
- Tropfstopp, verhindert das Tropfen beim Aufheizen
- Druckstop: zeigt die Verkalkung an
- Einfache Temperaturbegrenzug zur gesicherten Energieeinsparung und Kindersicherung
- Betriebsanzeige-Lampe

Dieser Warmwasserspeicher wurde (zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Beitrags) bei quelle.de beworben. Der Anbieter ist bekannt (Quelle-GmbH), die Preise sind es auch. Unabhängig davon, dass

- es keinen Warenkorb-Button gibt
- es so gut wie keine Produktinformationen gibt,

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 Warmwasserspeichermodells im Internet

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

anzugeben.

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

Negativbeispiel:

Bei diesem Beispiel handelt es sich um ein Warmwasserspeichermodell, das bei billiger.de beworben wird. Es ist bloße Werbung (und kein Angebot), da der Verkäufer noch unbekannt bzw. gesondert auszuwählen ist Diese Werbung enthält richtigerweise Angaben zur Energieeffizienzklasse (hier der grüne Pfeil mit dem Buchstaben "A") jedoch keinerlei Angaben zum Spektrum.

III. Pflichtkennzeichnung bei konkreten Angeboten

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

- das elektronische Etikett sowie
- das Produktdatenblatt

in das Angebot zu integrieren.

Im Einzelnen:

1. Einbindung des elektronischen Etiketts

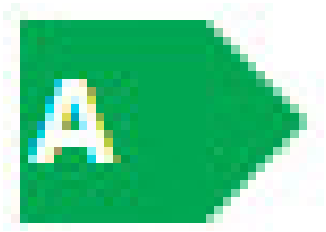
Wird das Etikett graphisch direkt in das Angebot eingebunden, so muss es in der Nähe des Preises dargestellt werden.

Da aber die rechtlich vorgegebene Größe des elektronischen Etiketts (mindestens 110 mm breit und 220 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 und in einer Schriftgröße enthalten, die der des Preises entspricht.

Beispiel:



Praxishinweis:

Beispiel: wird ein Produkt mit der Energieeffizienzklasse „A“ angeboten, muss der Pfeil in dem für diese Klasse vorgesehenen Grün abgebildet werden. Wird der Preis im Angebot in Schriftgröße 28 pt. dargestellt, muss der Pfeil den Buchstaben „A“ 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 Warmwasserspeichers 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. Positivbeispiel

Dieses 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 dunkelgrün.
- 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