



Hinweisblatt Pflichten und Pflichtangaben beim Handel mit Fernsehgeräten

Händler, die Fernsehgeräte und/oder Videomitore online zum Verkauf anbieten und/oder bewerben, müssen die unter den Punkten 1, 2 und 3 aufgeführten Kontroll- und Kennzeichnungspflichten beachten

Begriffsbestimmungen:

- **„Fernsehgerät“** bezeichnet einen Fernsehapparat oder einen Videomonitor.
- **„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: a) einem Bildschirm, b) 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).
- **„Videomonitor“** bezeichnet ein Produkt, das zur Anzeige eines Videosignals aus unterschiedlichen Quellen, einschließlich Fernsehsignalen, auf einem integrierten Bildschirm konzipiert ist, das fakultativ Audiosignale von einem externen Quellgerät steuert und wiedergibt, das durch genormte Videosignalfade, darunter Cinch (Component Cinch, Composite Cinch), SCART, HDMI und künftige Drahtlosstandards (jedoch mit Ausnahme ungenormter Videosignalfade wie DVI und SDI) angeschlossen ist, aber Sendesignale nicht empfangen und verarbeiten kann.

Hinweis: Nach aktueller Rechtsprechung gelten auch LED-Monitore als Fernsehgeräte. Die Definition des Videomonitors ist auch dann erfüllt, wenn ein Produkt – wie ein LED-Monitor – in der Lage ist, sowohl genormte als auch ungenormte Pfade zu nutzen.

1. Händler müssen überprüfen, ob die beworbenen bzw. in den Verkehr zu bringenden Fernsehgeräte/ Videomitore in der Verkaufsstelle das von den Lieferanten **gemäß Artikel 4 a) der EU-VO 1062/2010 bereitgestellte Etikett deutlich sichtbar an der Vorderseite tragen.**

Diese Pflicht besteht seit dem **30.11.2011**.

2. Seit dem 30.03.2012 sind zudem die **folgenden Angaben** in gut lesbarer Schriftart und Schriftgröße im Online-Angebot aufzuführen:

- **Energieeffizienzklasse des Modells** gemäß Anhang I zu der EU-Verordnung Nr. 1062/2010;
- **Leistungsaufnahme im Ein-Zustand** gemäß Anhang II Nummer 1 zu der EU-Verordnung Nr. 1062/2010;
- **jährlicher Energieverbrauch** gemäß Anhang II Nummer 2 zu der EU-Verordnung Nr. 1062/2010;
- **sichtbare Bildschirmdiagonale.**



Der Händler muss sicherstellen, dass die **Kunden die unter Punkt 2 genannten Pflichtangaben vor dem Kauf des Produktes zur Kenntnis nehmen können**. Die Angaben sollten daher in die **jeweiligen Artikelbeschreibungen** aufgenommen oder z.B. auf einer zentralen Seite, zu welcher Links von den einzelnen Artikeln führen, eingestellt werden.

Das Einstellen der Informationen auf einer nicht mit den konkreten Artikeln verknüpften Unterseite bzw. die Werbung für Artikel auf der Startseite unter Weglassen der entsprechenden Pflichtangaben ist **nicht zulässig**. Es besteht dann Gefahr, abgemahnt zu werden.

- Die Angaben sind in der **genannten Reihenfolge** zu machen.
- Werden zusätzliche im Produktdatenblatt enthaltene Angaben gemacht, so sind sie in Form und Reihenfolge nach Anhang III der EU-Verordnung Nr. 1062/2010 bereitzustellen.

3. Händler müssen bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes Fernsehgerätemodell mit energie- oder preisbezogenen Informationen und in **technischem Werbematerial** zu einem bestimmten Fernsehgerätemodell mit Informationen zu dessen spezifischen technischen Parametern auch dessen **Energieeffizienzklasse angeben**.

Diese Pflicht besteht seit dem **30.03.2012**.

Die hier aufgeführten Händlerpflichten sind in der VERORDNUNG (EU) Nr. 1062/2010 vom 28.09.2010 („zur Ergänzung der Richtlinie 2010/30/EU des Europäischen Parlaments und des Rates im Hinblick auf die Kennzeichnung von Fernsehgeräten in Bezug auf den Energieverbrauch“) niedergelegt, im Volltext einzusehen unter:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:314:0064:0080:DE:PDF>

Neue Kennzeichnungsvorschriften seit 1.1.2015

Die Vorschriften aus der Verordnung Nr. 1062/2010 (s.o.) unterliegen jedoch einer Abwandlung durch die [Verordnung Nr. 518/2014](#). Online-Händler müssen seit dem 1. Januar 2015 anders als bisher beim Verkauf von Fernsehgeräten über das Internet **elektronische Etiketten und Produktdatenblätter** bereit halten. Bislang reichte es aus, die Pflichtinformationen (gültig bis 31. Dezember 2014) im Online-Shop anzugeben (s.o.). Eine Pflicht zur Anzeige der Etiketten und Produktdatenblätter bestand nicht.

Diese Regelung gilt für alle neuen oder aktualisierten Produkte, die mit einer neuen Modellkennung **seit dem 1. Januar 2015 in Verkehr gebracht werden**.

a. Bereitstellung des Etiketts als Grafik

Das vom Lieferanten bereitgestellte Etikett ist **in der Nähe des Produktpreises darzustellen**. Die Größe ist so zu wählen, dass das Etikett gut sichtbar und leserlich ist, und die Proportionen müssen der festgelegten Größe (**mindestens 60 mm x 120 mm**) oder entsprechend proportional größer) entsprechen.

b. Bereitstellung des Etiketts in einer „geschachtelten Anzeige“

Aus technischen Gründen ist es nicht immer möglich, das Etikett **in der Nähe des Produktpreises** darzustellen (z.B. auf Plattformen). Das **Etikett** kann alternativ auch mit Hilfe einer sog. „geschachtelten Anzeige“ eingefügt werden.

Bei Anwendung einer solchen Darstellung muss das Etikett beim **ersten Mausklick** auf das Bild, beim ersten Maus-Rollover über das Bild bzw. beim ersten **Berühren** oder **Aufziehen des Bildes** auf einem Touchscreen erscheinen.

Das für den Zugang zum Etikett genutzte Bild muss:

- ein Pfeil in der **Farbe der Energieeffizienzklasse** des Produkts sein (z.B. grün, bei Energieeffizienzklasse A+++),
- auf dem Pfeil die **Energieeffizienzklasse** des Produkts **in Weiß** in einer **Schriftgröße**, die der Größe **des Preises** entspricht, enthalten und
- einem der folgenden zwei Formate entsprechen:



Bei einer solchen Darstellung muss die Anzeige des Etiketts den folgenden Vorgaben entsprechen:

- das Bild (z.B.) wird in der **Nähe des Produktpreises** angezeigt;
- das Bild (z.B.) muss mit einem **Link zum Etikett** versehen sein;
- das Etikett wird nach einem Mausklick auf das Bild, nach einem Maus-Rollover über das Bild oder nach dem Berühren oder Aufziehen des Bildes auf einem Touchscreen angezeigt;
- das Etikett wird in einem Pop-up-Fenster, auf einer neuen Registerkarte, auf einer neuen Seite oder als Einblendung angezeigt;
- die Anzeige des Etiketts wird mit Hilfe einer Option zum Schließen oder mit einem anderen Standard-Schließmechanismus beendet;
- für Fälle, in denen das Etikett nicht angezeigt werden kann (z.B. wenn Geräte die Grafik nicht wiedergeben können), muss ein alternativer Text angezeigt werden: dieser nennt die **Energieeffizienzklasse** des Produkts in einer Schriftgröße, die der des Preises entspricht.

c. Bereitstellung des Produktdatenblattes

Auch das vom Lieferanten bereitgestellte **Produktdatenblatt** muss nun im Online-Angebot angezeigt werden. Das Produktdatenblatt ist in der Nähe des Produktpreises darzustellen.

Die Größe ist so zu wählen, dass das Produktdatenblatt **gut sichtbar und leserlich** ist.



Das Produktdatenblatt kann alternativ auch mit Hilfe einer geschachtelten Anzeige (s.o.) dargestellt werden; in diesem Fall muss auf dem Link klar und leserlich „Produktdatenblatt“ angegeben sein. Ein Bild wie oben ist nicht vorgesehen. Bei Anwendung einer solchen Darstellung muss das Produktdatenblatt beim ersten Mausklick auf den Link, beim ersten Maus-Rollover über den Link bzw. beim ersten Berühren oder Aufziehen des Links auf einem Touchscreen erscheinen.

Übrigens: Die Etiketten und Produktdatenblätter in elektronischer Form erhalten Händler von ihren Lieferanten.

Neue Pflichten im Online-Handel seit 1.8.2017

Aufgrund der [Verordnung Nr. 2017/1369](#), sog. EU-Energielabel-Verordnung, muss in jeder visuell wahrnehmbaren Werbung (z. B. Artikeldetailseiten, Google Anzeigen, Preisvergleichsportale) oder in technischem Werbematerial für ein bestimmtes Modell

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

hingewiesen werden.

Dies bedeutet beispielsweise für die Werbung für ein Gerät, bei dem Energieeffizienzklassen von A+++ bis D zur Verfügung stehen, dass auf die einschlägigen Energieeffizienzklassen und **zusätzlich auf das Spektrum (A+++ bis D)** hingewiesen werden muss. Diese Anforderung gilt auch bereits für Werbung ohne energiebezogene oder preisbezogene Information.

Händlerbund (Stand: 20.09.2017).

Dieser Text ist urheberrechtlich geschützt. Eine Vervielfältigung oder Weitergabe des Hinweisblattes an Dritte ist zulässig, soweit hieran keine Änderungen vorgenommen werden und insbesondere der Urheberhinweis nicht entfernt wird.