

Hinweisblatt Pflichten und Pflichtangaben beim Handel mit Haushaltskühlgeräten

Die Verordnung [Nr. 1060/2010](#) ist der Grund dafür, dass Online-Händler auch Kennzeichnungspflichten beim Handel mit Haushaltskühlgeräten erfüllen müssen.

Begriff des Haushaltskühlgerätes:

„**Haushaltskühlgerät**“ ist ein isoliertes Gehäuse mit einem oder mehreren Fächern, das für das Kühlen oder Einfrieren von Lebensmitteln oder die Lagerung von gekühlten oder gefrorenen Lebensmitteln zu nicht gewerblichen Zwecken bestimmt ist und durch ein oder mehrere energieverbrauchende Verfahren gekühlt wird, einschließlich Geräten, die als Bausätze zum Zusammenbau durch den Endnutzer verkauft werden.

Unter den Begriff „Haushaltskühlgerät“ fallen z.B. **nicht**:

- Kühlgeräte, die in erster Linie mit anderen Energiequellen als elektrischen Strom (z.B. Gas, Kraftstoff, Akku etc.) betrieben werden;
- Maßgefertigte Kühlgeräte („Einzelanfertigungen“);
- Kühlgeräte für den Dienstleistungsbereich, die mittels Sensoren die Entnahme von Produkten erfassen und diese Informationen an ein EDV-Kontrollsystem übermitteln;
- Geräte, deren Hauptfunktion nicht die kühle Lagerung von Lebensmitteln ist (z.B. Eiswürfelbereiter);
- Geräte aus zweiter Hand.

Händler müssen **überprüfen**, ob die Haushaltskühl- und Gefriergeräte das von den Lieferanten bereitgestellte Etikett deutlich sichtbar außen an der Vorder- oder Oberseite tragen.

Händler müssen bei jeglicher **Werbung** für ein bestimmtes Haushaltskühlgerät und in technischem Werbematerial zu einem bestimmten Haushaltskühlgerätemodell mit Informationen zu dessen spezifischen technischen Parametern auch die **Energieeffizienzklasse** angeben.

Kennzeichnungspflichten für Online-Händler bis 31. Dezember 2014

Seit dem **30.03.2012** sind die **folgenden Angaben** in gut lesbarer Schriftart und Schriftgröße **im Online-Angebot** anzuführen:

- ✓ **Modellname/-kennzeichen** des Kühlschranks /Gerätetyp;
- ✓ **Energie-Effizienzklasse** des Modells (auf der Skala von „A+++“ als höchste Energieeffizienzklasse bis „G“ als niedrigste Energieeffizienzklasse);
- ✓ **Jährlicher Energieverbrauch** (AEC) des Gerätes (in „kWh/Jahr“ und gerundet auf die nächste Ganzzahl);
- ✓ **Nutzhalt** jedes Kühl- und/ oder Gefrierfachs (z.B. „230 Liter“);
- ✓ **Sternkennzeichnung** des Gefrierfachs (z.B. 3 Sterne);
- ✓ **Klimaklasse** nach Anhang VIII der Tabelle 3 Nr. 1 der EU-Verordnung Nr. 1060/2010 (z.B. „N“);
- ✓ **Geräuschemissionen** in Dezibel (z.B. „xx dB“), auf die nächste Ganzzahl gerundet);
- ✓ Gerät zum **Einbau**? Wenn ja-> angeben;
- ✓ bei **Weinschränken** (also Geräten, die speziell für die Weinlagerung ausgelegt sind und keine anderen kombinierten Funktionen haben) ist die folgende Angabe zu machen:

„Dieses Gerät ist ausschließlich zur Lagerung von Wein bestimmt.“

Der Händler muss sicherstellen, dass die **Kunden die 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. 1060/2010 bereitzustellen.

Neue Pflichten im Online-Handel seit 1. Januar 2015

Die Vorschriften aus der Verordnung Nr. 1060/2010 (s.o.) unterliegen jedoch einer Abwandlung durch die [Verordnung Nr. 518/2014](#). Online-Händler müssen ab dem 1. Januar 2015 **anders als bisher** beim Verkauf von Haushaltskühlgeräten 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 **ab 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 (75 mm x 150 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. August 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.