

Hinweisblatt Pflichten und Pflichtangaben beim Handel mit Staubsaugern

Die [Verordnung Nr. 665/2013](#) ist der Grund dafür, dass Online-Händler **seit dem 1. September 2014** auch Kennzeichnungspflichten beim Handel mit Staubsaugern erfüllen müssen.

Begriff „Staubsauger“

Die Verordnung gilt generell für jeden **netzbetriebenen Staubsauger**, also für jedes Gerät, das Schmutz von einer zu reinigenden Oberfläche durch einen Luftstrom entfernt, der durch einen innerhalb der Einheit erzeugten Unterdruck entsteht.

Ausnahmen:

Diese Verordnung gilt **nicht** für Nasssauger, kombinierte Nass- und Trockensauger, Saugroboter, Industriestaubsauger, Zentralstaubsauger, akkubetriebene Staubsauger und Bohnermaschinen sowie Staubsauger für den Außenbereich.

Händler müssen sicherstellen, dass in jeglicher **Werbung** für ein bestimmtes Staubsaugermodell auch dessen **Energieeffizienzklasse** angegeben wird, wenn sie energiebezogene Informationen oder Preisinformationen enthält.

Pflichten für Online-Händler bis 31. Dezember 2014

Online-Händler müssen die folgenden (vom Lieferanten bereitzustellenden) Informationen in ihrem Online-Angebot erteilen:

- ✓ die **Energieeffizienzklasse**;
- ✓ der durchschnittliche jährliche **Energieverbrauch**;
- ✓ bei Universalstaubsaugern und Teppichstaubsaugern die **Teppichreinigungsklasse**; bei Hartbodenstaubsaugern die Angabe „*nicht für den Gebrauch auf Teppichen geeignet*“;
- ✓ bei Universalstaubsaugern und Hartbodenstaubsaugern die **Hartbodenreinigungsklasse**; bei Teppichstaubsaugern die Angabe „*nicht für den Gebrauch auf harten Böden geeignet*“;
- ✓ die **Staubemissionsklasse**;
- ✓ der **Schalleistungspegel**.

Die vorstehende Reihenfolge ist zwingend einzuhalten. Schrifttyp und Schriftgröße müssen **gut lesbar** sein.

Übergangsfristen

Vorhandene Staubsauger, die sich bereits vor dem 1. September 2014 im Verkehr befanden, können ohne Zeitbegrenzung weiterhin verkauft werden.

Neue Pflichten im Online-Handel ab **1. Januar 2015**

Die Vorschriften aus der Verordnung Nr. 665/2013 (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 Staubsaugern 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.