

Wo müssen Angaben zur Energieeffizienzklasse gemacht werden?

Bei zahlreichen Produkten müssen im Online-Shop Angaben über die Energieeffizienzklasse gemacht werden. Aber wo genau? Reicht dies auf der Produktseite oder müssen sich die Angaben schon auf der Übersichtsseite finden? Der BGH hat diese Fragen nun beantwortet.

Ein Online-Baumarkt vertrieb auch Luftkonditionierer. Im Shop gab es eine Übersichtsseite, auf der die verschiedenen Produkte aufgeführt waren. Unter den Produktbildern war jeweils ein Link, der mit den Worten "Mehr zum Artikel" beschriftet war. Dieser führte dann auf die Produktdetailseite.

Der Kunde musste, wollte er ein Produkt bestellen, zwingend über die Produktdetailseite gehen. Ein Einlegen des Produktes in den Warenkorb direkt von der Übersichtsseite aus war nicht möglich.

Reicht die Verlinkung auf die Produktseite?

Diese Ausgestaltung sah der Kläger als nicht ausreichend an. Hintergrund ist Art. 4 Buchst. c der Delegierten Verordnung 626/2011. Dieser lautet:

"Die Händler stellen sicher, dass bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes LuftkonditionierermodeLL mit energie- oder preisbezogenen Informationen auch dessen Energieeffizienzklasse angegeben wird. Sind mehrere Effizienzklassen möglich, so gibt der Lieferant/Hersteller mindestens die der Klimazone „mittel“ entsprechende Energieeffizienzklasse an;"

Die Vorinstanzen sahen die Verlinkung auf die Produktseite mit den Worten "Mehr zum Artikel" noch als ausreichend an.

Angabe auf anderer Unterseite möglich

Grundsätzlich, so der BGH (Urt. v. 6.4.2017, I ZR 159/16), kann der Online-Händler die Energieeffizienzklasse auf einer anderen Unterseite angeben. Allerdings müssen dann strenge Anforderungen an die Linkbezeichnung gestellt werden.

"Der in der beanstandeten Werbung angebrachte Link mit der Bezeichnung "Mehr zum Artikel" entsprach jedoch nicht den Anforderungen, die an einen solchen elektronischen Verweis zu stellen sind.

Nach Art. 4 Buchst. c Satz 1 der Delegierten Verordnung muss der Händler bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes LuftkonditionierermodeLL mit energie- oder preisbezogenen Informationen die Angabe der Energieeffizienzklasse sicherstellen.

Diese Verpflichtung soll, wie sich aus dem Erwägungsgrund 9 der Delegierten Verordnung ergibt, gewährleisten, dass die Verbraucher genauere Vergleichsangaben über die Leistung von Luftkonditionierern erhalten.

Im Hinblick darauf muss ein Link, mit dem auf die Angabe der Energieeffizienzklasse auf einer anderen Internetseite verwiesen wird, nicht nur räumlich in der Nähe der preisbezogenen Werbung angebracht, sondern auch inhaltlich als elektronischer Verweis auf die Angabe der Effizienzklasse zu erkennen sein."

Dem entspreche die Bezeichnung "Mehr zum Artikel" aber nicht, so der BGH weiter. Diese

Bezeichnung führe dem Verbraucher nicht vor Augen, dass er bei einem Klick auf den Link auch Informationen zur Energieeffizienzklasse finde,

“die für die Bewertung des Geräts in wirtschaftlicher und umweltmäßiger Hinsicht von erheblicher Bedeutung sind.”

Zwangsführung über Produktseite reicht nicht

Der Beklagte hatte darauf hingewiesen, dass der potentielle Kunde aber immer über die Produktseite geleitet werde, bevor er ein Produkt in den Warenkorb legen kann und dort auch auf die Energieeffizienzklasse hingewiesen werde.

Das reichte dem BGH aber ebenfalls nicht.

“Damit war aber lediglich gewährleistet, dass der Verbraucher vor dem Kauf des auf der Übersichtsseite beworbenen mobilen Klimagerätes von dessen Energieeffizienzklasse Kenntnis erlangte.

Nach Art. 4 Buchst. c Satz 1 der Delegierten Verordnung hat der Händler jedoch sicherzustellen, dass schon bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes Luftkonditionierermmodell mit energie- oder preisbezogener Informationen dessen Energieeffizienzklasse angegeben wird.

Insoweit sind allein die auf der Übersichtsseite enthaltenen Angaben zu berücksichtigen, nicht dagegen auch die Angaben auf der Seite mit den Produktdetails, zu der der Link mit der Bezeichnung “Mehr zum Artikel” führte.”

Fazit

Händler sollten bei der Angabe der Energieeffizienzklasse große Vorsicht walten lassen. Am besten schreibt man diese auch immer mit auf die Übersichtsseite. Vielleicht sogar direkt mit ins Produktbild, damit der Kunde sie zur Kenntnis nimmt. (mr)

Bildnachweis: Michal Kalasek/shutterstock.com