



Deutsche Umwelthilfe

**Konsultation zur Richtlinie 1999/94/EG  
über die Bereitstellung von Verbraucherinformationen über den  
Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen beim Marketing für neue  
Personenkraftwagen<sup>1</sup>**

**Stellungnahme der Deutschen Umwelthilfe e.V. (DUH)**

**15. Januar 2016**

Deutsche Umwelthilfe e.V.  
Hackescher Markt 4  
10178 Berlin  
Tel.: +49 30 2400867 0  
Fax.: +49 30 2400867 19  
E-Mail: [info@duh.de](mailto:info@duh.de)

Register-Nr. im Transparenzregister: 03506017714-81

---

<sup>1</sup> Evaluation of Directive 1999/94/EC relating to the availability of consumer information on fuel economy and CO<sub>2</sub> emissions in respect of the marketing of new passenger cars

## Inhalt

<b>1. Zusammenfassung .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Erfolge der Richtlinie 1999/94/EG .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1. Artikel 2: Definitionen .....</b>	<b>4</b>
Artikel 2 Nr. 9: Begriff „Werbeschriften“ .....	4
Artikel 2 Nr. 11: Begriff „Modell“ .....	5
<b>2.2. Artikel 3 / Anhang I: „Hinweis“ .....</b>	<b>6</b>
<b>2.3. Artikel 6 Satz 2: „Werbematerial“ .....</b>	<b>7</b>
<b>2.4. Artikel 11: Sanktionen .....</b>	<b>9</b>
<b>2.5. Anhang IV: Angaben in Werbeschriften .....</b>	<b>9</b>
<b>3. Änderungsbedarf .....</b>	<b>10</b>
<b>3.1. Einführung europaweit einheitlicher CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen.....</b>	<b>11</b>
3.1.1. Einführung eines CO <sub>2</sub> -Effizienzlabels .....	11
3.1.2. Angabe der CO <sub>2</sub> -Effizienzklasse und des CO <sub>2</sub> -Effizienzlabels in der Werbung .....	12
3.1.3. Realitätsgerechte Abbildung des Stromverbrauchs im CO <sub>2</sub> -Effizienzlabel.....	13
<b>3.2. Abschaffung der Spannweitenangaben.....</b>	<b>13</b>
<b>3.3. Ausdehnung des Geltungsbereichs der Richtlinie auf Gebrauchtwagen .....</b>	<b>15</b>
3.3.1. Kennzeichnungspflicht für Gebrauchtwagen .....	15
3.3.2. hilfsweise Konkretisierung der Definition „Neue Personenkraftwagen“ (Art. 2. Nr. 2) ..	16
3.3.3. Wegweisende Beispiele aus der Rechtsprechung .....	18
<b>3.4. Kennzeichnungspflicht für in elektronischer Form verbreitetes Werbematerial.....</b>	<b>20</b>
<b>3.5. Konkrete Vorgaben zur Marktüberwachung .....</b>	<b>22</b>
<b>3.6. Verankerung jährlicher Berichtspflichten.....</b>	<b>22</b>
<b>3.7. Ausgewählte Änderungsanträge im Einzelnen .....</b>	<b>23</b>
<b>4. Anlagen .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1. Ergebnis der Abfrage bei den Vollzugsbehörden zur Marktüberwachung .....</b>	<b>33</b>
<b>4.2. Ausgewählte Gerichtsentscheidungen deutscher Gerichte .....</b>	<b>39</b>
4.2.1. Anhang IV: Angaben in Werbeschriften .....	39
4.2.2. Werbung in digitalen Medien / Neue Werbeformen.....	40

## 1. Zusammenfassung

Die Richtlinie 1999/94/EG hat entscheidend zur Verbesserung der Information des Verbrauchers über den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen von Neufahrzeugen beigetragen.

Die deutsche Rechtsprechung hat sich seit Inkrafttreten der Richtlinie 1999/94/EG und der nationalen Umsetzungsnorm durch die PKW-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (PKW-EnVKV) ausführlich mit den geltenden Rechtsbestimmungen auseinandergesetzt und dabei ausgewogene, wegweisende Entscheidungen getroffen, die sich insbesondere an der Zwecksetzung der Richtlinie orientieren. Eine Novellierung der Richtlinie muss dabei berücksichtigen, dass sie diesen Entscheidungen für einen effektiven Verbraucherschutz nicht die Rechtsgrundlage entzieht und im Handel und bei Herstellern von PKW nicht zu Verunsicherung führt.

Die deutsche Rechtsprechung hat Rechtsbegriffe wie z.B. „Werbematerial“ (Art. 6) konkretisiert und dadurch einen verlässlichen Rechtsrahmen für Händler und Hersteller von PKW bei der Bewerbung von Neufahrzeugen in Deutschland geschaffen. Die Formulierungen zur Größe der Pflichtangaben zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen in Werbeschriften (Anhang IV) wurden durch höchstrichterliche Entscheidungen mit Leben erfüllt.

Die Lenkungswirkung der Angaben zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen bei verständigen, aufgeklärten Verbrauchern gemäß des EU-Verbraucherleitbildes und die marktsteuernde Wirkung dieser Informationspflichten sollte daher umsichtig gestärkt und ausgebaut werden.

Im Grundsatz fordern wir daher die Beibehaltung der Vorgaben, empfehlen aber die Aufnahme bzw. Änderung folgender Punkte:

- Einführung eines Energieverbrauchlabels für PKW mit den CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen A-G. Bezugsgröße für die Klasseneinteilung je nach CO<sub>2</sub>-Ausstoß sollte dabei die „Fahrzeugstandfläche“ (Produkt aus Spurweite und Radstand) nach Verordnung (EG) Nr. 443/2009 sein. Fahrzeuge der Klasse A müssen weniger als 90 g CO<sub>2</sub>/km emittieren.
- Ausdehnung der Kennzeichnungspflichten auf Gebrauchtfahrzeuge ggf. mit Kilometerobergrenze bei 50.000 km
- Abschaffung der Spannweitenangaben bei der Bewerbung mehrerer Modelle, da diese dem Verbraucher keine Entscheidungshilfe bieten und keine Marktanreizwirkung entfalten.
- Kennzeichnungspflicht bei in elektronischer Form verbreitetem Werbematerial
- Aufnahme von Vorgaben zur Marktüberwachung sowie Verankerung jährlicher Berichtspflichten

## 2. Erfolge der Richtlinie 1999/94/EG

Die deutsche Rechtsprechung hat sich seit Inkrafttreten der Richtlinie und der nationalen Umsetzungsnorm durch die PKW-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (PKW-EnVKV) ausführlich mit den geltenden Rechtsbestimmungen auseinandergesetzt und dabei ausgewogene, wegweisende Entscheidungen getroffen, die sich insbesondere an der Zielsetzung der Richtlinie orientieren. Diese Entscheidungen haben einen verlässlichen Handlungsrahmen für Hersteller und Händler im Marketing für neue PKW in Deutschland geschaffen.

### 2.1. Artikel 2: Definitionen

Unter Bezugnahme auf die jeweiligen Normen der Richtlinie werden im Folgenden beispielhaft ausgewählte Urteile deutscher Gerichte vorgestellt.

#### Artikel 2 Nr. 9: Begriff „Werbeschriften“

Mehrere Gerichtsentscheidungen führten zu einer Präzisierung des Begriffs der Werbeschriften, z.B.:

Oberlandesgericht Oldenburg, Hinweisbeschluss vom 18.06.2014 (Az.: 6 U 76/14):

*„Zwar hat die Beklagte den Inhalt des streitgegenständlichen Artikels – anders als wie bei Anzeigen üblich – nicht selber vorgegeben, sondern er ist von einem Redakteur recherchiert und verfasst worden. Mit zutreffender Begründung, auf die Bezug genommen wird, hat das Landgericht in dem angefochtenen Urteil ausgeführt, dass der Text als sog. verschleierte Werbung aufgemacht sei, in dem vordergründig der Bericht über das Fahrzeug [...] als Produktberichterstattung aufgemacht sei, tatsächlich jedoch im Text versteckte Werbebotschaften enthalten seien; der Text würde ausschließlich die Vorzüge des Fahrzeugs [...] hervorheben, irgendwelche Kritikpunkte jedoch vermissen lassen; [...] Der vermeintlich redaktionelle Artikel ist augenscheinlich mit der Anzeige auf derselben Zeitungsseite „gekoppelt“. [...] Unstreitig ist kausal wegen der Schaltung der Werbeanzeige der Beklagten [...] auf derselben Seite im Rahmen eines vermeintlichen redaktionellen Beitrags eine positive Darstellung des Fahrzeugs [...] erfolgt. [...]*

*Es handelt sich bei dem streitgegenständlichen Artikel um eine Zugabe außerhalb der Werbeanzeige i.S.v. Ziff. 9 der ZAW-Richtlinien, nämlich um eine zusätzliche Gegenleistung des Verlegers, die im Zusammenhang mit der Erteilung eines Anzeigenauftrags veröffentlicht worden ist, dabei in Form günstiger Beurteilung oder dem Anschein der Objektivität den Anzeigenauftraggeber oder seine Erzeugnisse erwähnt und hierdurch dem Erwerbsstreben dient, ohne diese Absicht erkennen zu lassen (vgl. auch Bornkamm/Köhler-Köhler, UWG, 31. Aufl. 2014, <sup>3</sup> 4 Rz. 3.27 c).“*

Oberlandesgericht Braunschweig, Beschluss vom 05.06.2012 (Az.: 2 U 45/12):

*„So hat der Zeuge ausgesagt, dass es sich um einen kostenfreien PR-Text handele, der als Sonderaktion zu der kostenpflichtigen Anzeige [...] dazu geliefert worden sei. Der Kunde müsse sagen, ob er Interesse an einer Anzeige und einem PR-Artikel habe, und könne auch wählen, ob der PR-Artikel sich mit demselben Modell befasse, welches in der Anzeige beworben werde, oder einem anderen. [...]*

*Da der Beklagte den Inhalt des Beitrags, anders als bei Anzeigen üblich, nicht vorgegeben hat, er vielmehr von einem Redakteur gefertigt wurde, geht es um die Abgrenzung von Werbung und redaktionellem Text. Entsprechend den für die lauterkeitsrechtliche Beurteilung des Handelns von Presseorganen*

*entwickelten Grundsätzen ist hier von Werbung auszugehen. Der Artikel über den [...] stellt nur einen angeblich redaktionellen Beitrag dar, der tatsächlich aber Werbebotschaften integriert und im Ergebnis als Werbung einzustufen ist. Der Artikel ist unzweifelhaft auf eine positive und damit werbende Darstellung angelegt. Unter Verwendung einer reklamehaften Sprache und von Bildmaterial des Herstellers werden die Vorzüge des Produkts unkritisch herausgestellt.*

*Richtig ist zwar, dass auch redaktionelle Beiträge werbenden Charakter haben können und bei Einhaltung bestimmter Voraussetzungen zulässig sind [...]. Hier liegt jedoch ein Fall unzulässiger (verschleierter) Werbung und nicht etwa einer, wie der Beklagte meint, zulässigen Produktberichterstattung vor, weil der als redaktioneller Beitrag aufgemachte Artikel versteckte Werbebotschaften enthält und über die Unabhängigkeit der Berichterstattung täuscht. Nach dem oben Gesagten trägt das Erscheinen des Artikels gerade nicht dem allgemeinen Informations- und Aufklärungsbedürfnis der Öffentlichkeit Rechnung.“*

Landgericht Traunstein, Urteil vom 30. Juli 2014 (Az.: 1 HK O 110/14):

*„Die Kammer hat keinen Zweifel daran, dass es sich bei dem im Klageantrag wiedergegebenen Text um eine Werbeschrift nach dieser Definition handelt. Dies beginnt schon damit, dass der Text ausdrücklich als „Anzeige“ überschrieben ist. Der laufende Text geht sodann ersichtlich über eine bloße Berichterstattung über ein Ereignis hinaus. Die emotionale anpreisende Beschreibung der Marke AMG und ihrer Produkte zielt eindeutig darauf ab, Kaufinteresse beim Leser zu wecken und zu steigern. [...]*

*Selbst wenn der Text nicht von ihr vorgegeben worden sein sollte, so ist die Beklagte hierfür wenigstens unter dem Aspekt der Täterschaft durch Unterlassen verantwortlich. § 5 I Pkw-EnVKV bestimmt unter anderem, dass Händler, die Werbeschriften verwenden, „sicherzustellen“ haben, dass die Angaben über Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen gemacht werden. Das bedeutet, dass die Norm dem Händler entsprechende gesteigerte Handlungs- und Überwachungspflichten auferlegt, was den Inhalt der Werbeschrift angeht. Diesen gesteigerten Pflichten ist die Beklagte nicht nachgekommen. Der Zeuge [...], der beim OVB für die Anzeigenakquise zuständig war, konnte nur angeben, dass der Text – üblicherweise – von einem Mitarbeiter der Sonderseitenredaktion verfasst und dafür grob mit dem Kunden abgesprochen wird. Ob der Kunde den Text dann noch genehmigt, wusste er nicht.“*

### **Artikel 2 Nr. 11: Begriff „Modell“**

Der Modellbegriff als Handelsbezeichnung der Fabrikmarke unterteilt in „Typ“, „Variante“ und „Version“ bereitet in der Praxis Schwierigkeiten. Hierzu trägt maßgeblich bei, dass die Richtlinie in derzeitiger Fassung den Rückgriff auf einen einheitlichen Modellbegriff durch Einführung des ergänzenden, nicht näher definierten Begriffs des „bestimmten Modells“ in Anlage 4 erschwert. Dem widersprechend ermöglicht Art. 2 Nr. 5 und 6 auch bei Vorliegen mehrerer Versionen und Varianten die Kennzeichnungspflichten auslösende Einordnung eines Fahrzeugtyps als Modell.

Gleichwohl ist es der Rechtsprechung gelungen, den Modellbegriff näher einzugrenzen.

Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Urteil vom 10.05.2012 (Az.: 6 U 81/11):

*„Leitsatz: Wird in der Werbung für ein Kraftfahrzeug neben der Fabrikmarke auch ein bestimmter Fahrzeugtyp genannt, sind Angaben zu den Kraftstoffverbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Werten erforderlich, da die Ausnahmevoraussetzungen gemäß Anlage 4 zu § 5 PKW-EnVKV, Abschnitt I Nr. 3 nicht erfüllt sind. [...]*

*Nach der Definition des Verordnungs- und des Richtliniengebers ist das „Modell“ die Handelsbezeichnung eines Fahrzeugs, bestehend aus der Fabrikmarke (Handelsname des Herstellers) und dem Typ sowie gegebenenfalls der Variante und der Version (§ 2 Nr. 15 PKW-EnVKV; Art. 2 Nr. 11 Richtlinie 1999/94/EG). Das bedeutet allerdings nicht, dass erst jede einzelne Variante oder Version eines Fahrzeugtyps ein „bestimmtes Modell“ darstellt. Gemäß Art. 2 Nr. 5 und 6 der Richtlinie können vielmehr „unter einem Modell mehrere Varianten und/oder Versionen zusammengefasst“ sein mit der Folge, dass der Wert „dieses Modells“ auf der Grundlage der Variante oder Version mit dem höchsten Wert „innerhalb dieser Gruppe“ angegeben werden muss.*

*Daraus folgt, dass bereits die aus Fabrikmarke und Typ zusammengesetzte Handelsbezeichnung als „bestimmtes Modell“ im Sinne von Anlage 4 (zu § 5) Abschnitt I Nr. 3 zur PKW-EnVKV bzw. Anhang IV zur Richtlinie 1999/94/EG, letzter Satz, anzusehen ist, und zwar unabhängig davon, ob dieser Typ in weiteren Varianten oder Versionen angeboten wird. Dafür spricht im Übrigen, dass die Verwendung einer solchen – aus Fabrikmarke und Typ zusammengesetzten – Bezeichnung nach dem Wortsinn der genannten Vorschriften ohnehin nicht als Werbung „lediglich für die Fabrikmarke“ eingestuft werden kann.“*

## **2.2. Artikel 3 / Anhang I: „Hinweis“**

### *CO<sub>2</sub>-Effizienzlabel in Deutschland*

Die Kennzeichnung von Neuwagen nach CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen spielt für kaufinteressierte Verbraucher eine immer wichtigere Rolle. Eine Umfrage der Deutschen Energie-Agentur (dena) ergab, dass 73 Prozent derer, die das Pkw-Label kennen, es als sehr wichtig oder eher wichtig für ihre Kaufentscheidung betrachten. Seit der Einführung der Kennzeichnung im Jahr 2011 ist dieser Wert laut Deutscher Energieagentur um 15 Prozent gestiegen. Zudem sind Kraftstoffverbrauch und -kosten trotz niedriger Kraftstoffpreise nach wie vor die wichtigsten Auswahlkriterien für potenzielle Neuwagenkäufer.<sup>2</sup>

Mit der Einführung des Energielabels für PKW (§ 3a PKW-EnVKV) hat der deutsche Gesetzgeber den Versuch einer Einteilung von PKW in CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen unternommen.

Die in der deutschen Pkw-EnVKV festgelegte gewichtsbezogene Einteilung in Effizienzklassen ist jedoch ungeeignet, um Verbrauchern eine sinnvolle Orientierung zur Wahl emissionsärmerer Fahrzeuge zu bieten. Sie bevorzugt schwere Fahrzeuge mit absolut hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen und bietet Herstellern zu wenig Anreize, leichtere und emissionsärmere Modelle zu entwickeln. Ein Vorschlag, wie die Einteilung von PKW in CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen erfolgen sollte, findet sich unter 3.1.1. dieser Stellungnahme.

Um eine bessere Vergleichbarkeit unterschiedlicher Fahrzeugmodelle sicherzustellen, darf bei der Kennzeichnung ausgestellter Fahrzeuge nicht vom vorgeschriebenen Formblatt mit der farbigen CO<sub>2</sub>-Effizienzskaala abgewichen werden.

---

<sup>2</sup> <http://www.dena.de/presse-medien/pressemitteilungen/umfrage-pkw-label-ist-autokaueuern-wichtiger-denn-je.html>

Das Oberlandesgericht München führte in seinem Urteil vom 06.10.2011 (Az.: 29 U 2574/11) aus:

*„Zu diesen Anforderungen gehört es gemäß Abschnitt I Nr. 2 Satz 1 der Anlage I zur Pkw-EnVKV, dass der Hinweis einheitlich nach dem Formblatt in Abschnitt II der Anlage 1 zur Pkw-EnVKV zu erstellen ist. [...] Die dargestellten Verpflichtungen stehen [...] nach dem klaren Wortlaut der Rechtsverordnung nicht zur Disposition des Kennzeichnungspflichtigen. [...].*

*Die von der Beklagten erteilten Hinweise entsprechen weder in ihrer Gestaltung noch in Schrifthöhe und Schriftgrad dem Formblatt [...] All dies beeinträchtigt die Wahrnehmung der Verbraucher im Sinne einer Wiedererkennung dieses Hinweises als Hinweis i.S. von Anlage 1 zur Pkw-EnVKV.“*

Das Landgericht Essen entschied am 07.06.2013 wie folgt (Az.: 45 O 4/13):

*„Dabei muss der Hinweis die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse nach § 3a Abs. 2 enthalten sowie den Anforderungen der Anlage 1 entsprechen. Danach ist der Hinweis einheitlich nach dem Formblatt in Abschnitt 2 der Anlage zu erstellen und das auf dem Formblatt enthaltene Balkendiagramm mit den verschiedenen Klassen der CO<sub>2</sub>-Emissionswerte gemäß der in Ziffer 7 der Anlage 1 aufgelisteten Farbzusammensetzung zu gestalten. Da das von der Beklagten verwandte Formblatt lediglich ein in schwarz-weiß bzw. Grautönen gestaltetes Balkendiagramm zeigte, liegt ein Verstoß gegen § 3 Abs. 1 Ziff. 1 i.V.m. Anlage 1 PKW-EnVKV vor. [...]*

*Das System der farbigen Effizienzskala stärke – wie die Erfahrungen im Bereich der Haushaltsgeräte gezeigt hätten – den Absatz der als effizient bezeichneten Produkte und führe demgemäß zu einer Verlagerung des Kaufverhaltens [...] Dabei erleichtert die farbliche Darstellung im Sinne eines Ampelsystems das Verständnis des Balkendiagramms. Es ist insoweit allgemeines Verständnis, dass grün grundsätzlich im positiven und rot im negativen Sinn zu verstehen ist. [...] Dies gilt insbesondere auch deshalb, weil – anders als die Beklagte meint – das System der farbigen Effizienzskala bereits für die nach der EnVKV relevanten Haushaltsgeräte eingeführt wurde.“*

Das Landgericht Koblenz führte in seinem Urteil vom 28.05.2013 (Az.: 1 HK O 122/12) aus:

*„Dabei ist es dem Händler nicht freigestellt, in welcher Weise er die Information vornehmen will; er hat vielmehr das dort vorgeschriebene, aktuelle, farbige Formblatt zu verwenden. [...]*

*Eine Bagatelle liegt nicht vor. Vielmehr ist die unlautere Handlung der Beklagten geeignet, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen. Das ist nach der obergerichtlichen Rechtsprechung bei Verstößen gegen Vorschriften, die auf Unionsrecht beruhen, schon grundsätzlich der Fall. Vorliegend liegt eine Verletzung von Verbraucherinteressen aber schon deshalb auf der Hand, weil die Beklagte in 4 Fällen veraltete Formulare verwendet hat, und damit dem Verbraucher es schon gar nicht ermöglicht nach CO<sub>2</sub> Effizienzklassen auszuwählen. Dass in 2 Fällen das zwar aktuelle aber nicht farbige Formblatt verwendet wurde, ist ebenfalls geeignet Verbraucherinteressen spürbar zu beeinträchtigen, da die Effizienzklassen ähnlich einer Ampel von rot bis grün gestaltet sind und dem Verbraucher gerade durch diese Farbgestaltung die Auswahl eines „CO<sub>2</sub> günstigen“ Fahrzeugs ermöglichen sollen.“*

### **2.3. Artikel 6 Satz 2: “Werbematerial”**

Die deutschen Gerichte haben sich ausführlich mit den unterschiedlichen Formen von Marketing für Neufahrzeuge auseinandergesetzt und hierbei eine Konkretisierung des Begriffs des Werbematerials vorgenommen:



Das Oberlandesgericht Stuttgart fasst unter den Begriff der Werbung in seinem Urteil vom 30.09.2010 (Az.: 2 U 45/10) Kundenmagazine und Presserechtliche Erzeugnisse:

*„Nach Art. 2 lit a der Richtlinie 2006/114/EG fällt unter den Werbebegriff „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen zu fördern“ [...] Der Begriff der „Äußerung“ ist weit zu verstehen. [...] Werbung liegt auch dann vor, wenn ein Unternehmen sich die Äußerungen Dritter, wie etwa wissenschaftliche Untersuchungen [...] oder Presseberichte [...] zu Werbezwecken zu eigen macht [...]. Nicht anders zu beurteilen als das sich zu eigen machende Verwenden von Presseartikeln ist es, wenn das Unternehmen selbst ein presserechtliches Erzeugnis herausgibt, welches im Ganzen oder zu Teilen der Absatzförderung dient.*

*Dass in der Absatzförderung der einzige Zweck der Publikation liege, ist für die Einordnung einzelner Passagen als Werbung nicht erforderlich. [...] Auch muss die Absatzförderung nicht offen und unmittelbar betrieben werden. Entscheidend ist der mit der Veröffentlichung verfolgte Zweck. Daher reicht es aus, wenn der dem gewünschten Unternehmensverständnis entsprechende Ruf mittelbar oder gar verdeckt gefördert werden soll. [...]*

*Aber auch der vorgetragene Inhalt des Magazins lässt den Rückschluss zu, dass der Name [...] und damit zugleich der Ruf des Unternehmens durch diese Publikation gestärkt und dadurch sein Absatz zumindest mittelbar gefördert werden soll, indem in erster Linie bestehende Kundenbindungen gepflegt und gefestigt und in zweiter [...] Fans, die noch keine Kunden sind, bei der Stange gehalten werden. [...] Diesen Zweck belegt auch der Umstand, dass in der Veröffentlichung neue Fahrzeugtypen der Beklagten vorgestellt werden, während - was als Kontrollüberlegung dienen mag - weder Fahrzeuge von Konkurrenten der Beklagten dort in gleicher Weise besprochen werden, noch Kritik an den Produkten der Beklagten geübt wird“.*

Oberlandesgericht München, Urteil vom 05.06.2014 (Az.: 29 U 197/14) sieht öffentlich zugängliche Presseveröffentlichungen von der Kennzeichnungspflicht erfasst:

*„Die konkrete und detaillierte Darstellung der beiden neuen Fahrzeugmodelle der Beklagten in dem PDF-Dokument gemäß Anlage K 4 diene dazu, deren Absatz zu fördern. Dass dies nicht durch unmittelbare Ansprache der als Kunden in Betracht kommenden Endabnehmer bewirkt werden sollte, sondern durch Ansprache von Presseangehörigen, die ihrerseits durch ihre Berichterstattung als Multiplikatoren auf die potentiellen Endabnehmer einwirken, ist für das Vorliegen eines objektiven Zusammenhangs ohne Belang. [...]*

*Die beanstandeten Inhalte des Internetauftritts der Beklagten stellen Werbematerial in diesem Sinn dar. Sie waren für jedermann im Internet frei zugänglich, so dass sie schon aus diesem Grund in der Öffentlichkeit verwendet wurden, zumal der allgemein übliche Einsatz von Suchmaschinen das Auffinden auch von Inhalten erlaubt, die in einen umfangreicheren Internetauftritt eingebettet sind. Aber auch die Ausrichtung der Inhalte auf die Presse spricht entgegen der Auffassung der Beklagten nicht gegen die Annahme einer Verwendung in der Öffentlichkeit, sondern dafür. Denn die Angehörigen der Presse sollten nicht um ihrer selbst willen informiert werden, sondern die ihnen zur Verfügung gestellten Informationen weitergeben und auf diese Weise zu deren Wirkung in der breiten Öffentlichkeit beitragen.*

*Die beanstandeten Informationen dienten auch, wie sich schon aus ihrem Inhalt ergibt, der Vermarktung und Werbung für Verkauf und Leasing neuer Personenkraftwagen. Auch insoweit ist es ohne Belang, dass dieser Zweck nach der Vorstellung der Beklagten nicht durch unmittelbare Ansprache der potentiellen Endabnehmer, sondern über Presseveröffentlichungen erreicht werden sollte. Ob die Beklagte über*



*die Informationsbereitstellung hinaus Einfluss darauf hat, in welcher Weise die Medienvertreter über die Produkte der Beklagten berichten, ist für die Zielrichtung der Informationen ohne Belang.“*

Laut Landgericht Tübingen, Urteil vom 28.02.2014 (Az.: 21 O 55/13) gilt die Kennzeichnungspflicht auch bei Gewinnspielen:

*„Entgegen der Auffassung der Beklagten ist nicht nur die [...] Verlags GmbH als Werbende anzusehen, sondern auch die Beklagte selbst. Diese ist bei dem hier in Rede stehenden Gewinnspiel Werbepartnerin der Jubilarin gewesen und hat bezweckt, durch die Auslobung eines Neufahrzeugs auf sich aufmerksam zu machen, ihre Marke und ihre Produkte zu präsentieren und so den eigenen Absatz zu fördern. Für die angesprochenen Verkehrskreise war dadurch, dass in den Anzeigen die Beklagte als Spenderin des Hauptpreises genannt worden ist, klar, dass nicht die Verlags GmbH den Hauptpreis stellt, sondern die Beklagte, die damit auch eigene wirtschaftliche Absatzabsichten und –zwecke verfolgt hat. Die Gegenleistung für die unentgeltliche Zurverfügungstellung eines Neuwagens bildete gerade die Verschaffung einer geeigneten Plattform für die eigene Werbung. Anders wäre der Sachverhalt nur zu beurteilen, wenn die Beklagte auf ihren Firmenzusatz verzichtet hätte, was gerade nicht der Fall war.“*

## **2.4. Artikel 11: Sanktionen**

Die DUH erfragt jährlich auf der Basis des deutschen Umweltinformationsgesetzes (UIG) das Kontrollverhalten der für den Vollzug der deutschen Norm verantwortlichen Bundesländer.

Insgesamt lässt sich eine zurückhaltende Kontrolle und Sanktionierung von Verstößen gegen die Vorgaben der Richtlinie 1999/94/EG durch staatliche Marktüberwachungsbehörden feststellen. Da die Vorgaben als Marktverhaltensregelungen einzuordnen sind (vgl. BGH, 04.02.2010 - I ZR 66/09, „Gallardo Spyder“), werden staatliche Vollzugsdefizite durch marktinterne Überwachungsmaßnahmen im Wege der Nutzung wettbewerbsrechtlicher Sanktionsmechanismen ergänzt. In einer Gesamtschau ist festzustellen, dass die Einhaltung der Kennzeichnungsvorschriften daher regelmäßig öffentlich-rechtliche und/oder zivilrechtliche Überprüfung erfährt.

Der deutsche Gesetzgeber hat in § 12 EnVKG im Gegensatz zur Richtlinie Berichtspflichten der Marktüberwachungsbehörden gegenüber übergeordneten Behörden und mittelbar auch gegenüber der Kommission verankert. In Erfüllung dieser Berichtspflichten werden die durchgeführten Kontroll- und Sanktionsmaßnahmen regelmäßig dargestellt.

## **2.5. Anhang IV: Angaben in Werbeschriften**

Die deutsche Rechtsprechung konnte auf der Basis der Richtlinie sowie der deutschen Umsetzungsnorm Klarheit im Marketing für PKW in Werbeschriften herbeiführen. Eine Modifizierung oder gar Aufweichung dieser Norm würde zu einer erheblichen Verunsicherung der Pflichtadressaten führen.

Die u.g. Beispielanzeigen veranschaulichen die Verbesserung der Kennzeichnung hin zu einer Konfrontation des Verbrauchers mit den Angaben zu Kraftstoff und CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Beispiel Werbeanzeige 2008:



Beispiel Werbeanzeige 2015:

	
z. B. Golf Sportsvan 1,2 l TSI, 63 kW (85 PS) 5-Gang	z. B. Tiguan BMT 1,4 l TSI, 92 kW (125 PS) 6-Gang
Uranograu, Klimaanlage, Multifunktionsanzeige, Tagfahrlicht, TFT-Touchscreen, Reifenkontrollanzeige u. v. m.	Uranograu, Leichtmetallräder „Portland“, Klimaanlage, Radio „Composition Colour“, Multifunktionsanzeige „Plus“, Start-Stop-System u. v. m.
Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 6,1; außerorts 4,2; kombiniert 4,9. CO <sub>2</sub> -Emission in g/km: kombiniert 114.	Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 7,8; außerorts 5,5; kombiniert 6,4. CO <sub>2</sub> -Emission in g/km: kombiniert 149.
<b>Hauspreis<sup>1</sup> 15.450,- €</b>	<b>Hauspreis<sup>1</sup> 19.750,- €</b>
inkl. Wechselprämie und Werksauslieferung, zzgl. Zulassungskosten.	inkl. Wechselprämie und Werksauslieferung, zzgl. Zulassungskosten.
<b>CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse</b> Auf der Grundlage der gemessenen CO <sub>2</sub> -Emissionen** unter Berücksichtigung der Masse des Fahrzeugs ermittelt.	<b>CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse</b> Auf der Grundlage der gemessenen CO <sub>2</sub> -Emissionen** unter Berücksichtigung der Masse des Fahrzeugs ermittelt.
	

Weiterhin verweisen wir auf ausgewählte Gerichtsentscheidungen zur Frage der Schriftgröße in Werbeanzeigen im Anhang 4.2. Rechtsprechung.

### 3. Änderungsbedarf

Die DUH unterstreicht die Lenkungswirkung der Richtlinie 1999/94/EG sowie der deutschen Umsetzungsnorm (PKW-EnVKV) für Verbraucher sowie Händler und Hersteller von PKW. Die Notwendigkeit zur Fortschreibung der Richtlinie sieht die Deutsche Umwelthilfe e.V. (DUH) auf Grund der bereits erfolgten Konkretisierungen und Interpretationen durch die Rechtsprechung daher nur in wenigen Punkten – insbesondere um Handel, Herstellern und Verbrauchern noch mehr Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Die deutsche Pkw-EnVKV berücksichtigt die Begebenheiten des Marktes, insbesondere der Online-Werbung und des Fernabsatzhandels in stärkerem Maße als die Mutterrichtlinie. Eine Novellierung der Richtlinie 1999/94/EG müsste dabei berücksichtigen, dass sie den o.g. wegweisenden Entscheidungen deutscher Gerichte für möglichst effektiven Verbraucherschutz nicht die Rechtsgrundlage entzieht.

### 3.1. Einführung europaweit einheitlicher CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen

#### 3.1.1. Einführung eines CO<sub>2</sub>-Effizienzlabels

Eine EU-weit einheitliche Einordnung von Personenkraftwagen in aussagekräftige CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen und die Abbildung ebendieser in geeigneter Weise in der Werbung, am Verkaufsort und in virtuellen Verkaufsräumen würde einen Vergleich verschiedener Fahrzeuge mit Blick auf die jeweilige Klimaschädlichkeit erleichtern und den Erwägungsgründen 4 und 5 der Richtlinie dadurch in angemessener Weise Rechnung tragen. Für die Einteilung in eine bestimmte Effizienzklasse muss dabei auf taugliche Parameter zurückgegriffen werden, die eine realitätsgerechte und ernstliche Abbildung der Klimaschädlichkeit ermöglichen.

Keinesfalls sollte das „deutsche Modell“ der Berechnung über das Fahrzeuggewicht übernommen werden, da dieses ineffiziente, schwere Fahrzeuge unsachgemäß bevorzugt. Mit der Einführung des Energielabels für PKW (§ 3a PKW-EnVKV) hat der deutsche Gesetzgeber den Versuch einer Einteilung von PKW in Energieeffizienzklassen unternommen. Die deutsche Ausgestaltung, die das Fahrzeuggewicht im Verhältnis zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß zur Grundlage der Effizienzklasseneinteilung nimmt, ist jedoch nicht geeignet, Verbrauchern eine klimapolitisch sinnvolle, hilfreiche Orientierung zur Wahl emissionsärmerer Fahrzeuge zu bieten. Sie bevorzugt schwere Fahrzeuge mit hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen und bietet Herstellern zu wenig Anreize, leichtere und emissionsärmere Modelle zu entwickeln.

Die Berechnungsgrundlage führt zu absurden Ergebnissen, was folgendes Beispiel verdeutlicht: Ein SUV AUDI Q7 erhält mit einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß von 189 g/km und einem Gewicht von über 2,3 Tonnen eine Einteilung in die Effizienzklasse B und liegt damit noch im grünen Bereich, währenddessen es für den 930 kg leichten Kleinwagen Toyota Aygo mit einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß von 105g/km nur für Effizienzklasse C reicht.

Die Einteilung in emissionsabhängige CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen sollte die tatsächliche Nutzbarkeit anhand des Platzangebots im Alltag berücksichtigen und so einen tauglichen Fahrzeugvergleich ermöglichen. Eine weitaus bessere Bezugsgröße für die Einteilung in CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen als die Fahrzeugmasse ist die „Fahrzeugstandfläche“ („footprint“, Produkt aus Spurweite und Radstand). Im Gegensatz zu alternativen Maßen für das Platzangebot eines Fahrzeugs wie der Anzahl der Sitzplätze und dem Kofferraumvolumen ist die Fahrzeugstandfläche weniger anfällig für Herstellermanipulationen. Ein weiterer Vorteil ist, dass diese Größe bereits auf Grundlage der Verordnung (EG) Nr. 443/2009 im Zulassungsverfahren erhoben wird und ein Wechsel des Bezugsparameters deshalb schnell umgesetzt werden kann.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Vgl. Ökopol (2013): Kurzgutachten zur Entwicklung einer alternativen Berechnungsgrundlage zur Änderung der PKW-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung. Für das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen. [https://www.umwelt.nrw.de/fileadmin/redaktion/endbericht\\_pkw\\_envkv.pdf](https://www.umwelt.nrw.de/fileadmin/redaktion/endbericht_pkw_envkv.pdf)

Zusätzlich sollte die Einordnung in die günstigste Effizienzklasse A an die Bedingung geknüpft werden, dass der CO<sub>2</sub>-Ausstoß weniger als 90 g/km betragen muss. Dass dies auch bei familienauglichen Modellen mit großem Platzangebot schon heute möglich ist, zeigen die bestplatzierten Modelle der Auto-Umweltliste des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) in den Kategorien Familienautos und 7-Sitzer<sup>4</sup>. Eine Einordnung von Fahrzeugen mit einem Emissionswert von 90 bis 95g/km CO<sub>2</sub> in Effizienzklasse B schafft für Hersteller Anreize, zeitnah energieeffizientere Pkw zu entwickeln. Die Werbetauglichkeit der Energieeffizienzklasse A wird gesteigert. Darüber hinaus fördert eine Abbildung überdurchschnittlicher Werte in der Klasse B die Erreichung der Effizienzziele der EU und wirkt einer zeitnah erforderlichen Überarbeitung der Klassengrenzwerte entgegen. Die Effizienzsкала sollte auf die Klassen A bis G begrenzt werden mit einer Anpassung der Grenzwerte mindestens alle zwei Jahre an den technischen Fortschritt. Eine Erweiterung der Skala um immer weitere A-Plus-Klassen würde die Wirksamkeit der Kennzeichnung einschränken, da Verbraucher schon die Klasse A ohne Pluszeichen als sehr gute Bewertung empfinden und sich der Anreiz für Hersteller zur Entwicklung effizienterer Fahrzeuge verringert.

Das CO<sub>2</sub>-Effizienzlabel sollte in einheitlicher grafischen Darstellung auf einem offiziellen Formblatt gemeinsam mit dem Kraftstoffverbrauch und den CO<sub>2</sub>-Emissionen am Verkaufsort und in virtuellen Verkaufsräumen angegeben werden. Die Angaben müssen auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, deutlich sichtbar und gut lesbar sein und in virtuellen Verkaufsräumen dem Benutzer zudem spätestens in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen, in welchem er ein Fahrzeugmodell ausgewählt oder eine Konfiguration abgeschlossen hat.

### **3.1.2. Angabe der CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse und des CO<sub>2</sub>-Effizienzlabels in der Werbung**

Die Angabe vergleichbarer Effizienzparameter in der Werbung ermöglicht eine informierte Entscheidung des Verbrauchers bei der Produktwahl. Entsprechend den positiven, marktstimulierenden Erfahrungen mit der Pflicht zur Angabe der Energieeffizienzklasse gemäß der Energieverbrauchskennzeichnungs-Richtlinie 2010/30/EG (die auf weitaus energieversärmere Produkte als Pkw Anwendung findet) und der auf Ihrer Basis erlassenen Verordnungen sollte die Richtlinie daher vorsehen, dass die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse angegeben werden muss, sobald für ein Modell im Sinne der Richtlinie geworben wird. Auf diese Weise gewinnt die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse als Verkaufsargument an Bedeutung. Eine entsprechende Kennzeichnungspflicht stimuliert den Markt für verbrauchsarme Fahrzeuge.

Sofern, wie etwa im Internet, ausreichend Platz für Zusatzinformationen vorhanden ist, sollte außerdem das offizielle Formblatt mit dem Effizienzlabel angegeben werden. Jedemfalls aber sollte zusätzlich zum Kraftstoffverbrauch, den CO<sub>2</sub>-Emissionen und der CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse eine grafische Darstellung der Übersicht der Effizienzklassen einschließlich der konkreten Einteilung des jeweiligen Pkw abgebildet werden

---

<sup>4</sup> <https://www.vcd.org/themen/auto-umwelt/vcd-auto-umweltliste/>

### 3.1.3. Realitätsgerechte Abbildung des Stromverbrauchs im CO<sub>2</sub>-Effizienzlabel

Im Zusammenhang der Einführung eines CO<sub>2</sub>-Effizienzlabels sollte auch die zunehmende Bedeutung von rein elektrisch betriebenen Personenkraftwagen durch die Richtlinie aufgegriffen werden. Dabei sollte die Richtlinie auch Informationspflichten für den Stromverbrauch entsprechender Personenkraftwagen vorsehen.

Die Einbeziehung des Stromverbrauchs in die Kennzeichnungspflicht macht eine entsprechende textliche Änderung der Richtlinie und des Leitfadens erforderlich. Die deutsche Pkw-EnVKV bietet hier Anhaltspunkte. Hierzu bedarf es unter anderem einer realitätsgerechten Berechnungsgrundlage für die CO<sub>2</sub>-Emissionen elektrisch betriebener Fahrzeuge. Die Umweltauswirkungen des Stromverbrauchs als aus Elektrizitätsnetzen entnommene alternative Antriebsenergie infolge der jeweiligen europäischen Stromzusammensetzung und dessen Maßgeblichkeit im Vergleich zu kraftstoffbetriebenen Fahrzeugen sollte hierbei ebenfalls hinreichend berücksichtigt werden. Der Stromverbrauch sollte in Kilowattstunden je 100 Kilometern (kWh/100 km) angegeben werden.

### 3.2. Abschaffung der Spannweitenangaben

Wie bereits dargestellt, führt die Einordnung eines Fahrzeugtyps auch bei Vorliegen mehrerer Varianten und Versionen als Modell zu zufriedenstellenden Ergebnissen, was die mit der Richtlinie bezweckte Verbraucherinformation betrifft. Gleichwohl hat der Bundesgerichtshof höchstrichterlich entschieden, dass keine Pflicht zur Angabe des Kraftstoffverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen bestehe, wenn unter einem Modell mehrere Varianten und Versionen zusammengefasst sind.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 24. Juli 2014 (Az.: I ZR 119/13):

*„Nach den im zweiten Rechtszug nicht angegriffenen Feststellungen des Landgerichts gibt es von dem mit der von der Klägerin beanstandeten Werbeschrift beworbenen Personenkraftwagen „Mercedes-Benz SLK“ etwa mit dem „SLK 200“, dem „SLK 250“ und dem „SLK 350“ mehrere Varianten bzw. Versionen und damit auch mehrere Modelle. Eine Verpflichtung zur Angabe der gemäß § 5 Abs. 1 und Abschnitt I der Anlage 4 der Pkw-EnVKV zu machenden Angaben hätte für die Beklagte danach nur dann bestanden, wenn sie etwa für das Modell „Mercedes-Benz SLK 200“ geworben hätte. [...]*

*Dem Vorstehenden steht nicht entgegen, dass nach § 2 Nr. 6 Pkw-EnVKV in Verbindung mit Art. 2 Nr. 6 der Richtlinie 1999/94/EG dann, wenn unter einem Modell mehrere Varianten und/oder Versionen zusammengefasst sind, der Wert für die CO<sub>2</sub>-Emissionen dieses Modells auf der Grundlage der Variante oder Version mit den höchsten offiziellen CO<sub>2</sub>-Emissionen innerhalb dieser Gruppe anzugeben sind [...] Diese beiden Bestimmungen sind [...] auf die Richtlinie 70/156/EWG [...] bezogen [...].*

*Danach können bei einem Fahrzeugtyp wegen Unterschieden in der Motorleistung oder im Hubraum auch in unterschiedlichem Umfang CO<sub>2</sub>-Emissionen auftreten. Diesem Umstand trägt die in § 2 Nr. 6 Pkw-EnVKV in Verbindung mit Art. 2 Nr. 6 der Richtlinie 1999/94/EG enthaltene Regelung Rechnung. Diese Vorschriften lassen aber keinen Rückschluss darauf zu, was unter einem Modell im Sinne von § 5 Abs. 1 und Abschnitt I der Anlage 4 der Pkw-EnVKV zu verstehen ist.“*



Die bisherige Regelung widerspricht dem Grundsatz der Widerspruchsfreiheit der Norm. Sie sorgt für ein erhebliches Maß an Rechtsunsicherheit. Je nach Lesart werden Informationsvorgaben ausgehebelt. Spannweitenangaben bei der Bewerbung mehrerer Modelle sind auch nicht geeignet, Verbraucher in tauglicher Weise über Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen zu informieren, sondern ermöglichen es vielmehr, qualitativ schlechte Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Werte verschiedener Modelle durch Hinzunahme bereits eines effizienteren Fahrzeugs in die Werbung zu verdecken.

Wir regen deshalb an, die klimapolitisch sinnvollen Regelungen aus Artikel 2 Nr. 5 und 6 zur Angabe der Werte der Variante oder Version mit dem höchsten Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoß in die Anforderungen an die Werbung in Anhang IV der Richtlinie aufzunehmen und die Ausnahmeregelung zur Angabe von Spannweiten zu streichen. Diese Klarstellung hätte zur Folge, dass – entsprechend der bisherigen Intention des europäischen Gesetzgebers in Art. 2 Nr. 5 und 6 sowie Anlage 4 der Richtlinie 1999/94/EG – nur die Werbung für eine Fabrikmarke von der Kennzeichnungspflicht ausgenommen ist, nicht jedoch die Werbung für einen Fahrzeugtyp. Es würde zudem einen Anreiz für Hersteller schaffen, die CO<sub>2</sub>-Emissionen für sämtliche Varianten und Versionen eines Typs zu reduzieren. Auch dürfte die Klarstellung dazu führen, dass Händler verstärkt umweltfreundliche Versionen bewerben, da sie bei einer Werbung für einen Fahrzeugtyp nicht mehr von der Kennzeichnungspflicht befreit wären, sondern die Werte der Version mit den höchsten Emissionen angeben müssten.

Folgende Beispiele verdeutlichen den nichtssagenden Charakter von Spannweitenangaben:

Hyundai i10	Hyundai i20	Hyundai ix35	Hyundai i40 CW	Hyundai i30
				
1,0 / 63 kW (86 PS)	1,2 / 62 kW (84 PS)	1,6 / 99 kW (135 PS)	1,6 / 99 kW (135 PS)	1,4 / 73 kW (99 PS)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaanlage</li> <li>• Radio/CD mit MP3-Funktion</li> <li>• Bordcomputer</li> <li>• Zentralverriegelung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaanlage</li> <li>• Radio/CD mit MP3-Funktion</li> <li>• Bordcomputer</li> <li>• Zentralverriegelung m. Funk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaautomatik</li> <li>• Radio/CD mit MP3-Funktion</li> <li>• elektr. Fensterheber</li> <li>• Zentralverriegelung m. Funk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaanlage</li> <li>• Radio/CD mit USB und AUX</li> <li>• Bluetooth</li> <li>• Geschwindigkeitsregelanlage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaanlage</li> <li>• Radio/CD mit MP3-Funktion</li> <li>• elektr. Fensterheber</li> <li>• Zentralverriegelung m. Funk</li> </ul>
Unverbindl. Preisempfehlung 11.849,- €	Unverbindl. Preisempfehlung 15.219,- €	Unverbindl. Preisempfehlung 23.049,- €	Unverbindl. Preisempfehlung 24.109,- €	Unverbindl. Preisempfehlung 17.549,- €
Eintauschprämie <sup>3</sup> 2.350,- €	Eintauschprämie <sup>3</sup> 2.730,- €	Eintauschprämie <sup>3</sup> 4.050,- €	Eintauschprämie <sup>3</sup> 7.120,- €	Eintauschprämie <sup>3</sup> 4.550,- €
Unser Aktionspreis <sup>3</sup> 9.499,- €	Unser Aktionspreis <sup>3</sup> 12.489,- €	Unser Aktionspreis <sup>3</sup> 18.999,- €	Unser Aktionspreis <sup>3</sup> 16.989,- €	Unser Aktionspreis <sup>3</sup> 12.999,- €



**5 JAHRE\***  
GARANTIE  
OHNE  
KILOMETER-  
BEGRENZUNG

\* 5 Jahre Fahrzeug-Garantie ohne Kilometerbegrenzung und 5 Jahre Mobilitäts-Garantie mit kostenlosem Pannenservice und Abschleppdienst (gemäß deren jeweiligen Bedingungen). 5 kostenlose Sicherheits-Checks in den ersten 5 Jahren gemäß Hyundai Sicherheits-Check-Heft. Für Taxen und Mietfahrzeuge gelten modellabhängige Sonderregelungen. Abbildungen zeigen Sonderausstattung; Druckfehler und Irrtümer vorbehalten. \*2) Bei Inzahlungnahme Ihres Gebrauchtwagens, Erstzulassung vor mindestens sechs Monaten und derzeit auf Sie oder eine im gleichen Haushalt lebende Person zugelassen, erhalten Sie zum Inzahlungnahmepreis eine Eintauschprämie für Ihren Gebrauchtwagen, die im genannten Preis bereits enthalten ist, nur eine Eintauschprämie pro Angebot. Eine Barauszahlung ist nicht möglich. \*3) inklusive Überführung



**HYUNDAI**  
NEW THINKING.  
NEW POSSIBILITIES.

Gesamtverbrauch l/100 km: innerorts: 11,8-5,8; außerorts: 6,9-4,1; kombiniert: 8,7-4,7; CO<sub>2</sub>-Emissionen: kombiniert 202 - 110 g/km (Werte nach EU-Norm Messverfahren). Energieeffizienzklasse E-B.

<b>Twingo Dynamique</b>  Tageszulassung mit Erstzulassung und Garantiebeginn 12/2014	<b>9.990,-€</b> SCE70 52kW / 70PS 5-türig Klimaanlage, Radio R&G, Servo, elektr. FH vom, Bordcomputer, ESP, elektr. Außenspiegel, Zentralverriegelung, Lederlenkrad uvm.	<b>Clio Expression</b>  Tageszulassung mit Erstzulassung und Garantiebeginn 09/2014	<b>11.490,-€</b> 1.2 16V 54kW / 73PS 5-türig Klimaanlage, Radio CD, Metallic, elektr. FH vom, Bordcomputer, ESP, elektr. Außenspiegel, Zentralverriegelung, Berganfahrhilfe uvm.
<b>Sandero Stepway</b>  Tageszulassung mit Erstzulassung und Garantiebeginn 11/2014	<b>12.590,-€</b> TCE90 66kW / 90PS 5-türig Klimaanlage, Radio CD, Metallic, elektr. FH vom, Servo, ESP, Zentralverriegelung, uvm. <b>Winterräder geschenkt!</b>	<b>Duster GPS</b>  Tageszulassung mit Erstzulassung und Garantiebeginn 08/2013	<b>15.990,-€</b> 1.6 16V 4x2 77kW / 105PS Modelljahr 2013 Klimaanlage, Radio CD, Metallic, Navigation Leder, 18" Alu, Seitenairbags, Zentralverr., elektr. FH vom, Kofferverteiler uvm.
<b>Fiesta Trend</b>  EU-Fahrzeug mit Erstzulassung und Garantiebeginn 01/2015	<b>12.490,-€</b> 1.25 60kW / 82PS 5-türig Klimaanlage, Radio CD, Metallic, elektr. FH vom, Frontscheibe behelzt, ESP, Sitze vom behelzt, Zentralverriegelung, Lederlenkrad uvm.	<b>Focus Turnier</b>  EU-Fahrzeug mit Erstzulassung und Garantiebeginn 11/2014	<b>16.490,-€</b> 1.0 ecoboost 92kW / 125PS Kombi Klimaanlage, Radio CD, Metallic, elektr. FH vom, Frontscheibe behelzt, ESP, Sitze vom behelzt, Zentralverriegelung, Lederlenkrad uvm.

Endpreise! Es fallen keine zusätzlichen Überführungskosten an. \* Es gelten die Bedingungen der Aktion „Autokauf 1+20“. Diese liegen im Schaumraum aus oder können unter [info@autohaus-dressler.de](mailto:info@autohaus-dressler.de) unverbindlich angefordert werden.  
 Gesamtverbrauch l/100km: innerorts 10,4-5,6 außerorts 7,0-3,9, kombiniert 8,0-4,5. Co<sub>2</sub>-Emissionen: kombiniert 185-105 g/km (Messverfahren gem. RL 80/1268/EWG). Co<sub>2</sub>-Effizienzklasse G-A. Alle Abbildungen zeigen Sonderausstattungen. Die Aktion Dressler Stammkunde ist teilweise auch für andere Fahrzeuge / Angebote erhältlich.

### 3.3.1. Kennzeichnungspflicht für Gebrauchtwagen

Die Pflicht zur Angabe der Verbrauchs- und Emissionswerte sowohl in der Werbung als auch am (virtuellen und stationären) Verkaufsort sollte angesichts der Bedeutung des entsprechenden Marktes im Gesamtverhältnis auch für kommerziell veräußerte Gebrauchtwagen, die zum Angebotszeitpunkt in ihren Werten zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen nicht wesentlich von neuen Personenkraftwagen abweichen, gelten. Eine Kilometerobergrenze könnte aus technischen Gründen statthaft sein.

Eine entsprechende Ausdehnung der Kennzeichnungspflicht auf Gebrauchtwagen entspricht den Vorgaben von Erwägungsgrund 6. Bereits in der derzeitigen Richtlinienfassung ist die Notwendigkeit eines entsprechenden Hinweises am (stationären wie auch virtuellen) Verkaufsort daher anerkannt.

*Ein am Verkaufsort an gebrauchten Personenkraftwagen angebrachter Hinweis könnte die Entscheidung der Käufer von neuen Personenkraftwagen zugunsten von Fahrzeugen mit niedrigem Verbrauch beeinflussen, da dieses Merkmal bei einem Weiterverkauf des Fahrzeugs berücksichtigt wird. Daher sollte bei der ersten Überprüfung dieser Richtlinie in Erwägung gezogen werden, den Anwendungsbereich auf Ge-*



*brauchfahrzeuge im Sinne der Richtlinie 93/116/EWG der Kommission vom 17. Dezember 1993 zur Anpassung der Richtlinie 80/1268/EWG des Rates über den Kraftstoffverbrauch von Kraftfahrzeugen an den technischen Fortschritt auszudehnen.*

Eine entsprechende Kennzeichnungspflicht in der Werbung würde eine innovationshemmende Privilegierung von in der Regel verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-emissionsintensiveren Gebrauchtwagen gegenüber neuen Personenkraftwagen verhindern.

### **3.3.2. hilfsweise Konkretisierung der Definition „Neue Personenkraftwagen“ (Art. 2. Nr. 2)**

Sofern entgegen der Ziel- und Zwecksetzung der Richtlinie in der überarbeiteten Fassung Gebrauchtwagen gleichwohl von der Kennzeichnungspflicht ausgenommen bleiben sollen, bietet es sich an, die Definition „Neue Personenkraftwagen“ unter Einbeziehung kurzzeitiger Zulassungen und zum Verkauf oder Leasing angebotenen Pkw mit Kilometerständen bis 1.000 km ohne Rücksicht auf deren Standzeit zu konkretisieren.

Der BGH hat seine praxistaugliche Rechtsprechung zur Definition „Neue Personenkraftwagen“ in Artikel 2 Nr. 2 für Pkw in Teilen aufgegeben. Die Änderungen in der höchstrichterlichen Rechtsprechung haben zu erheblicher Rechtsunsicherheit geführt.

Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte im Dezember 2011 zwar noch entschieden, dass Fahrzeuge mit bis zu 1.000 Kilometern als „neue Personenkraftwagen“ im Sinne der PKW-EnVKV zu behandeln sind. Liegt die Kilometerleistung des angebotenen Fahrzeugs über 1.000 km spräche dies dafür, dass der Händler das Fahrzeug (auch) zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs - nämlich für die nicht ganz unerhebliche Eigennutzung - erworben habe.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 21.12.2011 (Az.: I ZR 190/10):

„Die Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung, mit der die Richtlinie 1999/94/EG [...] umgesetzt worden ist, enthält damit eine eigenständige Definition des Begriffs "neuer Personenkraftwagen". Aus diesem Grund kann nicht auf den im nationalen Recht entwickelten Begriff des "Neuwagens" zurückgegriffen werden, den der Bundesgerichtshof im Kaufrecht [...] oder im Wettbewerbsrecht bei der Frage der Irreführung zugrunde legt [...]

Die gesetzlichen Definitionen sowohl in Art. 2 Nr. 2 der Richtlinie 1999/94/EG als auch in § 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV stellen maßgeblich auf die Motivlage des Händlers - Anschaffung zum Zweck des Weiterverkaufs oder der Auslieferung - im Zeitpunkt des Erwerbs des fraglichen Fahrzeugs ab. [...] Der nach Art. 1 der Richtlinie 1999/94/EG mit den Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen verfolgte Zweck sicherzustellen, dass die Verbraucher Informationen über den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen von neuen zum Kauf oder Leasing angebotenen Personenkraftwagen erhalten und so ihre Entscheidung in voller Sachkenntnis treffen können (BGH, GRUR 2010, 852 Rn. 16 Gallardo Spyder), wäre gefährdet, wenn allein die Motivlage des Händlers dafür maßgeblich wäre, ob es sich bei einem von ihm beworbenen Kraftfahrzeug um einen "neuen Personenkraftwagen" im Sinne von § 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV handelt. Die nicht fernliegende Angabe des Händlers, er habe das betreffende Fahrzeug ursprünglich in der Absicht erworben, es längerfristig in seinem Betrieb zu nutzen, wäre in vielen Fällen nur schwer zu widerlegen.

Zur Erreichung des in Art. 1 der Richtlinie 1999/94/EG genannten Richtlinienzwecks ist es daher geboten, das Verständnis des Begriffs "neue Personenkraftwagen" in § 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV an objektivierbaren Umständen auszurichten, aus denen sich ergibt, dass das betreffende Fahrzeug vom Händler alsbald veräußert werden soll. Eine kurzfristige Zwischennutzung des Personenkraftwagens im Betrieb des Händlers etwa als Vorführwagen ist damit nicht ausgeschlossen. Als objektiver Umstand eignet sich hierzu die Kilometerleistung des Fahrzeugs zum Zeitpunkt seines Angebots zum Verkauf. Bietet ein Händler ein Fahrzeug mit einer geringen Kilometerleistung (bis 1.000 Kilometer) zum Verkauf an, ist im Allgemeinen davon auszugehen, dass er dieses Fahrzeug zum Zweck des Weiterverkaufs erworben hat. Liegt die Kilometerleistung des angebotenen Fahrzeugs darüber, spricht dies dafür, dass der Händler den Pkw (auch) zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs nämlich für die nicht ganz unerhebliche Eigennutzung erworben hat.

Mit Recht wendet sich die Revision gegen die Annahme des Berufungsgerichts, Vorführfahrzeuge seien hinsichtlich der kennzeichnungspflichtigen Werte nicht mit fabrikneuen Kraftfahrzeugen vergleichbar. Die Revision rügt mit Erfolg, dass das Berufungsgericht bei seiner Beurteilung unberücksichtigt gelassen hat, dass die Werte zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO<sub>2</sub>-Emissionen eines Fahrzeugmodells sich nicht dadurch ändern, dass das Fahrzeug zugelassen und bereits im Straßenverkehr genutzt worden ist. Die Ingebrauchnahme ändert nichts am Interesse eines Käufers, vollständige Informationen über den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu erhalten. Die Verbraucher sollen ihre Entscheidung in voller Sachkenntnis treffen können (Art. 1 der Richtlinie 1999/94/EG). Es ist kein entscheidender Unterschied darin zu sehen, ob ein Fahrzeug fabrikneu ist oder ob es bereits zugelassen und in geringem Umfang im Straßenverkehr genutzt worden ist.“

Diese Rechtsprechung führte zu erheblicher Rechtssicherheit, da bei erstzugelassenen, aber noch zum Verkauf angebotenen Fahrzeugen eine klar zu bemessende Größe (1.000 km) unter Berücksichtigung der Gesamtumstände die Kennzeichnungspflicht auslösen sollte.

Im März 2015 relativierte der BGH jedoch seine Auffassung, dahingehend, dass zum Verkauf angebotene Fahrzeuge bereits 10 Monaten nach Erstzulassung von der Kennzeichnungspflicht unter bestimmten Voraussetzungen ausgenommen sein sollten.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 05.03.2015 (Az.: I ZR 164/13):

*„Da das Verständnis des Begriffs "neue Personenkraftwagen" in § 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV an objektivierbaren Umständen auszurichten ist, aus denen sich ergibt, dass der Händler das betreffende Fahrzeug alsbald veräußern will, eignet sich die Dauer der Zulassung - neben der in erster Linie maßgeblichen Kilometerleistung - für einen Schluss auf die Motivlage des Händlers bei Erwerb des Fahrzeugs. Wird ein Personenkraftwagen vom Händler erst längere Zeit nach der Erstzulassung zum Verkauf angeboten, kann dies den Schluss rechtfertigen, dass der Händler das Fahrzeug (auch) für eine nicht ganz unerhebliche Eigennutzung erworben hat und die Zwischennutzung im Betrieb des Händlers nicht nur kurzfristiger Natur war [...]. Im Streitfall lagen zwischen dem Zeitpunkt der Erstzulassung und der Schaltung der von der Klägerin beanstandeten Anzeige zehn Monate. Sollte es sich bei der Erstzulassung nicht nur um eine Tageszulassung für lediglich einen oder allenfalls einige wenige Tage gehandelt haben, sondern um eine Zulassung, die seit zehn Monaten ununterbrochen andauert hat [...], würde dieser erhebliche Zeitraum gegen die Annahme einer nur kurzfristigen Zwischennutzung im Betrieb des Händlers sprechen.“*

Diese Auslegung des Neuwagenbegriffs durch den Bundesgerichtshof schmälert in erheblicher Weise die Lenkungswirkung der Richtlinie für den Klimaschutz. Denn auch bei Fahrzeugen, die mehrere Monate zugelassen waren (und in dieser Zeit z. B. für kurze Probefahrten

genutzt wurden), sollten sich Verbraucher anhand der Informationen zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen bewusst für umweltfreundliche Fahrzeuge entscheiden können. Abweichungen von den Verbrauchs- und Emissionswerten im Testzyklus sind jedenfalls bei kurzzeitiger vorübergehender Nutzung und längerer Standzeit nicht zu erwarten.

Der europäische Gesetzgeber sollte daher klarstellen, unter welchen Voraussetzungen noch ein „neuer Personenkraftwagen“ im Sinne der Richtlinie vorliegt.

### 3.3.3. Wegweisende Beispiele aus der Rechtsprechung

Auch viele Wertungen der Rechtsprechung der Landes- und Oberlandesgerichte lassen sich zur abschließenden Klärung der Neuwageneigenschaft durch den europäischen Gesetzgeber heranziehen.

Nach großen Teilen der Rechtsprechung stellen Fahrzeuge mit Tageszulassungen, Werkstattwagen, Schaufahrzeuge und Ladenhüter mit geringer Kilometerlaufzahl neue Personenkraftwagen im Sinne des § 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV dar.

Das Oberlandesgericht Köln, Urteil vom 14.02.2007 (Az.: 6 U 217/06) klärt die Rechtsfrage für Tageszulassungen.

*„Im Autohandel ist es nämlich schon seit langem weit verbreitete Praxis, dass Händler die Zulassung faktisch neuer Fahrzeuge nur für einen Tag oder ähnlich kurze Zeit veranlassen, nicht um sie zu nutzen, sondern um gegenüber dem Hersteller in einer bestimmten Periode höhere Verkaufszahlen nachweisen zu können und solche Fahrzeuge mit deutlichen Preisnachlässen anbieten zu können [...]. Solche Tageszulassungen werden von der deutschen höchstgerichtlichen Rechtsprechung als besondere Form des Neuwagengeschäfts beurteilt [...] Wenn der Ordnungsgeber in Kenntnis dessen bei der Definition „neuer“ Personenkraftwagen lediglich auf den Verkauf der Fahrzeuge zu keinem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs oder der Auslieferung abgestellt hat, umfasst diese Begriffsbestimmung ohne Weiteres auch Fahrzeuge mit Tageszulassung“.*

(Ähnlich OLG Oldenburg, Urteil vom 14.09.2006, Az.: 1 U 41/06; OLG Naumburg, Urteil vom 14.07.2006, Az.: 10 U 19/06).

Landgericht Freiburg, Urteil vom 07.03.2008 (Az.: 10 O 55/07):

*„Ob die kurzfristige Zulassung durch den Hersteller oder Händler erfolgte, begründet keinen relevanten Unterschied. Der Händler will durch diese Praxis dem Hersteller gegenüber in einer bestimmten Periode höhere Verkaufszahlen nachweisen, damit er solche Fahrzeuge dann mit deutlichen Preisnachlässen anbieten kann. Dem Hersteller wird es ermöglicht, dem Händler die PKWs mit Nachlässen zum Verkauf anzubieten. Beide Male ist einziges Ziel der Tageszulassung, letztlich für den Endabnehmer eine rabattähnliche Situation zu schaffen.“*

Landgericht Münster, Urteil vom 07.06.2013 (Az.: 025 O 9/13), bestätigt durch das Oberlandesgericht Hamm durch Hinweis vom 27.01.2014 (Az.: I-4 U 73/13), erachtet Werkstattwagen noch als „neue Personenkraftwagen“.

*„Im vorliegenden Fall hat die Geschäftsführerin der Beklagten ausgeführt, dass die für den Werkstattbetrieb als Werkstattwagen angeschafften Fahrzeuge regelmäßig für einen kurzen Zeitraum – sie sprach von durchschnittlich geschätzten 4 Monaten – für die Nutzung als Werkstattfahrzeuge vorgesehen sind und sodann planmäßig weiterveräußert werden. [...] Dem steht die zwischenzeitliche Nutzung als Werkstattfahrzeug, die sich qualitativ von der Nutzung als Vorführwagen nicht unterscheidet, weil es in beiden Fällen (auch) darum geht, dem Kunden ein Fahrzeug zur Verfügung zu stellen, damit dieser die Vorzüge des Fahrzeuges kennenlernt, nicht entgegen. Der Sinn und Zweck der Pkw-EnVKV erfordert es, auch die zu solchen Zwecken mit der hier von der Beklagten dargelegten Intention erworbenen Fahrzeuge unter die Verordnung zu fassen und vor diesem Hintergrund die Angaben in den Werbeinseraten zu verlangen. Andernfalls wäre einer Umgehung der PKW-EnVKV durch kurzfristige – den Wert nur geringfügig beeinträchtigende – anderweitige Nutzung Tür und Tor geöffnet.“*

Das Thüringer Oberlandesgericht, Urteil vom 05.12.2012 (Az.: 2 U 884/11) sieht sog. Schaufahrzeuge von der Kennzeichnungspflicht erfasst.

*„Vorliegend hat die Beklagte einen PKW angeboten, der nur 15 Kilometer gelaufen war. Dieser objektive Umstand spricht daher eindeutig dafür, dass der PKW noch nicht zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs oder der Anlieferung verkauft wurde. Daran ändert auch nichts, dass der Wagen bereits etwa sieben Monate zuvor erstzugelassen war. Dies entspricht zwar nicht der Sachverhaltskonstellation der o.g. BGH-Entscheidung, bei der das Fahrzeug nach knapp zwei Monaten nach der Erstzulassung angeboten worden war. Gleichwohl handelt es sich noch um eine kurzfristige Zwischennutzung im Sinne dieser BGH-Rechtsprechung. Denn das Fahrzeug wurde in diesen sieben Monaten, wie die auffallend niedrige Laufleistung von 15 km zeigt, fast überhaupt nicht genutzt. Es handelt sich also um einen Neuwagen, der lediglich schon längere Zeit zum Verkauf anstand.*

*Der Vortrag, das Fahrzeug sei als „Schaufahrzeug“ erworben worden, ist aufgrund der genannten objektiven Umstände unerheblich. [...] Daran ändert auch nichts, dass ein „Schaufahrzeug“, wie jedes andere ausgestellte Neufahrzeug, Werbezwecken dient. Eine Eigennutzung durch ein „Schaufahrzeug“ anzunehmen, würde deshalb nur der Verschleierung des Umstandes dienen, dass ein Neufahrzeug schlicht längere Zeit nicht verkauft werden konnte oder sollte. Die Verpflichtung zum Vorhalten von „Schaufahrzeugen“ entspringt dem Vertragsverhältnis mit dem Fahrzeughersteller und hindert, wie der vorliegende Fall mit Deutlichkeit zeigt, nicht daran, dass die Händler auch solche Fahrzeuge im Endergebnis (spätestens bei Modellwechseln) verkaufen und nicht etwa nach einer bestimmten „Schauzeit“ zurückgeben. Auch „Schaufahrzeuge“ sind also noch nicht zu einem anderen Zweck als dem des Verkaufs weiterverkauft worden.“*

Die Oberlandesgerichte Karlsruhe und Celle haben die Kennzeichnungspflicht sogenannter „Ladenhüter“ eindrucksvoll unterstrichen.

Oberlandesgericht Karlsruhe, Urteil vom 25. Mai 2011 (Az.: 4 U 197/09):

*„Es wäre mit diesem Normzweck nicht vereinbar, würde die Kennzeichnungspflicht bei einem Jahreswagen durch schlichten Zeitablauf entfallen. Gerade bei Fahrzeugen mit längerer Standzeit besteht ein von der Norm mit geschütztes Interesse der Verbraucher, den Schadstoffausstoß solcher Fahrzeuge mit Fahrzeugen noch aktuelleren Herstellungsdatums zu vergleichen.*

*Eine abweichende Sichtweise eröffnete zudem weitgehende Umgehungsmöglichkeiten. Händler hätten es in der Hand, die Kennzeichnungspflicht auch und gerade schadstoffintensiver Fahrzeuge durch Bestimmung des Verkaufszeitpunkts selbst zu steuern. Sowohl der Wortlaut der Norm als auch der Normzweck*

*sprechen daher eindeutig dafür, dass das Alter des Fahrzeugs als Abgrenzungskriterium ausscheiden muss [...] Auch auf die Anzahl der Voreigentümer kommt es deshalb nicht an.“*

Oberlandesgericht Celle, Urteil vom 5. Dezember 2013 (Az.: 13 U 154/13):

*„Die objektivierbaren Umstände sprechen hier dafür, dass der Verfügungsbeklagte das Fahrzeug zum Zweck des Weiterverkaufs erworben hat. In erster Linie spricht hierfür [...] die geringe Laufleistung des Fahrzeugs von lediglich 66 Kilometern zum Zeitpunkt der Anzeigenerstellung. [...]*

*Der Umstand des verhältnismäßig hohen Alters des Fahrzeugs von drei Jahren zum Zeitpunkt der Anzeigenerstellung sowie der Umstand, dass der Verfügungsbeklagte das Fahrzeug zu diesem Zeitpunkt bereits rund 2 1/2 Jahre als Eigentümer besaß, sprechen nicht gegen den Zweck des Weiterverkaufs. Vielmehr können diese Umstände auch darauf beruhen, dass das Kfz. ein „Ladenhüter“ war, wie die Verfügungsklägerin mutmaßt.*

*Gegen eine solche Zweckbestimmung zum Zeitpunkt des vorangegangenen Verkaufs könnte allenfalls sprechen, wenn der Verfügungsbeklagte das Fahrzeug nach dem Erwerb zunächst über einen erheblichen Zeitraum nicht zum Verkauf angeboten hätte. [...] Schon wenn der Pkw sichtbar auf dem Verkaufsgelände gestanden hat, dürfte dies aus objektiver Sicht ein Anbieten darstellen. [...]*

*Entgegen der Auffassung des Landgerichts ist die Legaldefinition des Begriffs des „neuen Personenkraftwagens“ nicht im Hinblick auf die Bedeutung des Wortes „neu“ durch den konkreten Zustand - insbesondere das Alter – des Personenkraftwagens eingeschränkt. Die Legaldefinition knüpft allein an den beabsichtigten Zweck zum Zeitpunkt vorangegangener Verkäufe an. [...] Die zum Erwerbszeitpunkt bestehende Zweckbestimmung entfällt nicht rückwirkend durch Zeitablauf oder eine Verschlechterung des Zustands der Kaufsache. [...]*

*Unter Berücksichtigung von Sinn und Zweck der Informationspflichten mag es zwar eine Grenze geben, ab der die vorgeschriebene Informationen nicht mehr sinnvollerweise zu verlangen sind. Dies kann zum einen dann in Betracht kommen, wenn die für Neufahrzeuge ermittelten Verbrauchswerte aufgrund des Zustands des Fahrzeugs keine Geltung mehr für dieses haben. Nicht ausreichend ist jedoch der von dem Verfügungsbeklagten vorgetragene – und schon nicht glaubhaft gemachte - Umstand, dass Verbrauchswerte nur möglicherweise abweichen können.*

*Im Übrigen mögen die normierten Informationspflichten dann unverhältnismäßig sein, wenn für ein bestimmtes Fahrzeug aufgrund dessen Alters keine „offiziellen“ Verbrauchsangaben vorhanden sind und der Händler diese durch Einholung eines teuren Sachverständigengutachtens erst ermitteln lassen müsste. Ein solcher Fall liegt hier jedoch nicht vor.“*

### **3.4. Kennzeichnungspflicht für in elektronischer Form verbreitetes Werbematerial**

Der deutsche Ordnungsgeber hat in der Umsetzung der Richtlinie 1999/94/EG auch eine Pflicht zur Angabe des Kraftstoffverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen für in elektronischer Form verbreitetes Werbematerial verankert.<sup>5</sup> Diese Regelung hat sich angesichts der Schnelligkeit und Geschwindigkeit digitaler Medien bewährt und sollte auch in den europaweiten Pflichtenkatalog aufgenommen werden.

---

<sup>5</sup> Vgl. Anlage 4 zu § 5 der PKW-EnVKV

Bei Internetwerbung müssen - so schreibt es die nationale Umsetzung vor - die Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Angaben automatisch gleichzeitig mit den Motorisierungsangaben angezeigt werden, also z. B. schon auf Fahrzeugübersichtsseiten oder in Teaser-Texten mit Motorisierungsangaben und nicht erst auf Folgeseiten.

Das Oberlandesgericht Nürnberg, Urteil vom 31.03.2015 (Az.: 3 U 2004/14), stellte dies zuletzt für Übersichtsseiten klar und verneinte einen Bagatellverstoß

*„Wie der Empfehlung der Kommission vom 26.03.2003 über die Anwendung der in der Richtlinie 1999/94/EG enthaltenen Bestimmungen auf andere Medien (Nr. 1 Abs. 3, Anlage K 15) zu entnehmen ist, kommt es dem Verordnungsgeber gerade darauf an, dass der Empfänger des Werbematerials die vorgeschriebenen Informationen automatisch erhält, sobald das Werbematerial zum ersten Mal auf der Internetseite angezeigt wird. [...]*

*Die Pflichtangaben zum Kraftstoffverbrauch und den CO<sub>2</sub>-Emissionen sollen zu einem frühest möglichen Zeitpunkt gemacht werden, um eine Sensibilisierung der Verbraucher für die Relevanz dieser Werte herbeizuführen. Dabei geht es nicht nur um die Beeinflussung der eigentlichen Kaufentscheidung, sondern bereits um eine Steuerung des Verbraucherinteresses im Vorfeld einer solchen. Der Verbraucher soll durch die Verbrauchs- und Emissionsangaben gleichzeitig mit den Angaben zur Motorisierung dazu veranlasst werden, sein eventuelles Kaufinteresse von vornherein auf verbrauchs- und emissionsärmere Fahrzeuge zu lenken (Oberlandesgericht Oldenburg, Urteil vom 20.07.2012, Az.: 6 U 72/12, Anlage K 11). Es kommt dann unter Umständen nicht mehr zur Auswahl eines bestimmten Fahrzeugs durch ein weiteres Anklicken, weil der Verbraucher wegen zu hoher Werte kein Interesse mehr an dem betreffenden Pkw hat. Genau dies soll durch die Pflicht, die Angaben gleichzeitig mit den Motorisierungsangaben zu machen, erreicht werden [...]*

*Da schon in der nach Aufruf der Internetseite erscheinenden Übersicht bei den aufgelisteten Modellen Mitteilungen zur Motorisierung enthalten sind, waren bereits zu diesem Zeitpunkt nach Nummer 3 die Pflichtangaben i.S.v. Nummer 2 Satz 1 erforderlich. Denn, wie ausgeführt, sind diese nach Sinn und Zweck der Bestimmung so früh wie möglich und unabhängig von einer bereits konkretisierten Auswahlentscheidung bereitzuhalten (so auch OLG Frankfurt, GRUR-RR 2014, 156 ff. a.a.O. [Urteil vom 06.02.2014 – 6 U 224/12]).“*

Auch das Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Urteil vom 06.02.2014 (Az.: 6 U 224/12), Nichtzulassungsbeschwerde durch Bundesgerichtshof am 06.11.2014 zurückgewiesen (Az.: I ZR 44/14) teilt diese Auffassung:

*„Bereits innerhalb der Ergebnisliste werden Aussagen zur Motorleistung (kW / PS) getroffen. Bereits hier müssten die Angaben zu Kraftstoffverbrauch und Emissionen aufgeführt werden, da gemäß Anlage 4, Abschn. II zu § 5 Pkw-EnVKV schon bei der erstmaligen Angabe der Motorisierung dem Werbeadressaten die Verbrauchsangaben „automatisch zur Kenntnis gelangen“ müssen. [...] Sinn und Zweck der Bestimmung ist es, die Informationen so früh wie möglich und unabhängig von einer bereits konkretisierten Auswahlentscheidung bereitzuhalten.“*

Ebenso das Oberlandesgericht Naumburg, Urteil vom 05.12.2013 (Az.: 9 U 68/13):

*„Der Sinn der Pkw-EnVKV liegt aber gerade darin, dem Kunden zugleich mit der Motorisierung auch den damit verbundenen Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoß vor Augen zu führen. Nur so kann seine Auswahlentscheidung – nach der Vorstellung des Gesetzgebers – beeinflusst werden. Es soll gerade verhin-*



*dert werden, dass der Kunde den PKW allein nach der Motorleistung und noch ohne Kenntnis des Kraftstoffverbrauchs aussucht. Denn hat sich der Kunde erstmalig auf ein Modell mental festgelegt, wird die nachträgliche Kenntnis des Kraftstoffverbrauchs diese Entscheidung kaum mehr infrage stellen.*

Und das Oberlandesgericht Oldenburg, Urteil vom 20.07.2012 (Az.: 6 U 72/12):

*„Entscheidend ist, dass die Übersicht der Fahrzeuge neben einigen anderen Informationen auch Angaben zur Motorisierung der Pkw enthält (kW), jedoch keine zum Kraftstoffverbrauch und zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß; die Angaben zum Verbrauch und zu den Emissionen folgen vielmehr erst, wenn der Nutzer einen Doppelklick auf das ausgewählte Fahrzeug setzt und sich dadurch die Seite des jeweiligen Autohauses mit näheren Angaben zum betreffenden Pkw öffnet. Damit gelangen die nach der Pkw-EnVKV erforderlichen Angaben dem Internetnutzer nicht in dem Augenblick zur Kenntnis, in dem erstmalig Angaben zur Motorisierung gemacht werden, sondern erst später.*

*Entgegen der Ansicht des Landgerichts handelt es sich bei der darin liegenden Verletzung der Vorschrift des § 5 Pkw-EnVKV i.V.m. Anlage 4 Abschnitt II Nr. 3 um eine spürbare Beeinträchtigung i.S.d. § 3 Abs. 1 UWG und nicht um eine Bagatelle (vgl. auch OLG Köln, Beschluss vom 20.04.2012 – 6 U 29/12-, K17). [...]*

*Vor diesem Hintergrund kann der Verstoß der Beklagten gegen ihre Pflicht, die Angaben bereits beim erstmaligen Erscheinen der Angaben über die Motorisierung der Fahrzeuge zu machen, nicht deshalb als geringfügig angesehen werden, weil der Internetnutzer nach einem Doppelklick auf das ausgewählte Fahrzeug die Verbrauchs- und Emissionswerte erfährt, da durch die rechtzeitige Kenntnis der Angaben das Verbraucherinteresse gesteuert werden soll. Der Internetnutzer soll dadurch, dass ihm bereits gleichzeitig mit den Angaben zur Motorisierung die Verbrauchs- und Emissionswerte zur Kenntnis gebracht werden, in die Lage versetzt werden, von vornherein sein Interesse auf Fahrzeuge mit niedrigen Verbrauchs- und Emissionswerten zu lenken. Es kommt dann unter Umständen nicht mehr zu einem Doppelklick auf ein bestimmtes Fahrzeug, weil der Verbraucher wegen zu hoher Werte kein Interesse mehr an dem betreffenden Pkw hat. Genau dies soll durch die Pflicht, die Angaben gleichzeitig mit den Motorisierungsangaben zu machen, erreicht werden.“*

### **3.5. Konkrete Vorgaben zur Marktüberwachung**

Die Richtlinie enthält in ihrer derzeitigen Fassung keine konkreten Vorgaben zur behördlichen Marktüberwachung zur Einhaltung der Vorgaben durch die Mitgliedstaaten. Artikel 11 liefert nur abstrakte Vorgaben zur Ausgestaltung der Marktüberwachung. In einem Anhang zur Richtlinie sollte ein konkreter Rahmen einer richtlinienkonformen Marktüberwachung festgesteckt werden.

### **3.6. Verankerung jährlicher Berichtspflichten**

Jährliche Mitteilungspflichten der Mitgliedstaaten an die EU-Kommission über die konkrete Ausübung der behördlichen Marktüberwachung sollten fest verankert werden



### 3.7. Ausgewählte Änderungsanträge im Einzelnen

Die Umsetzung der Änderungsvorschläge in der Richtlinie könnte wie folgt aussehen:

Von einer textlichen Aufnahme des vorgeschlagenen Berechnungsmodells für die CO<sub>2</sub>-Effizienklasse, der grafischen Darstellung der Effizienzklasseneinteilung sowie des Stromverbrauchs als zu kennzeichnendem Wert wurde aus Darstellungsgründen abgesehen.

Aktuelle Fassung	Neue Fassung
<p><b>Erwägungsgrund 6</b></p> <p><i>Ein am Verkaufsort an gebrauchten Personenkraftwagen angebrachter Hinweis könnte die Entscheidung der Käufer von neuen Personenkraftwagen zugunsten von Fahrzeugen mit niedrigem Verbrauch beeinflussen, da dieses Merkmal bei einem Weiterverkauf des Fahrzeugs berücksichtigt wird. Daher sollte bei der ersten Überprüfung dieser Richtlinie in Erwägung gezogen werden, den Anwendungsbereich auf Gebrauchtfahrzeuge im Sinne der Richtlinie 93/116/EWG der Kommission vom 17. Dezember 1993 zur Anpassung der Richtlinie 80/1268/EWG des Rates über den Kraftstoffverbrauch von Kraftfahrzeugen an den technischen Fortschritt (ABl. L 329 vom 30.12.1993, S. 39.) auszuweiten.</i></p> <p>Weitere Verwendung der Begrifflichkeit „neue Personenkraftwagen“ in</p> <p>- Titel der Richtlinie</p>	<p><b>Normierung</b></p> <p><i>durch Ersetzung des Begriffs des „neuen Personenkraftwagen“ durch „neue und gebrauchte Personenkraftwagen“ und Einfügung folgender Begriffsbestimmung in Artikel 2 Nummer 2a: „gebrauchte Personenkraftwagen‘ Personenkraftwagen, die bereits zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs oder der Auslieferung verkauft wurden und zum Angebotszeitpunkt in ihren Werten zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen nicht wesentlich von neuen Personenkraftwagen abweichen; bis zu einem Kilometerstand von nicht mehr als 50.000 km wird vermutet, dass die Personenkraftwagen in ihren Werten zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen nicht wesentlich von neuen Personenkraftwagen abweichen.“</i></p> <p><u>oder</u></p> <p><i>durch Ersetzung des Begriffs des „neuen Personenkraftwagen“ durch „Personenkraftwagen“ und ersatzlose Streichung des Artikels 2 Nummer 2.</i></p> <p><u>Begründung</u></p> <p>Es besteht keine Notwendigkeit, Neu- und Gebrauchtfahrzeuge bezüglich ihres Kraftstoffausstoßes und ihrer CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Werbung, bei Verkauf und/oder Leasing im geschäftlichen Verkehr unterschiedlich rechtlich zu behandeln, solange Gebrauchtfahrzeuge in ihren Werten zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen nicht wesentlich von neuen Fahrzeugen abweichen, eine sichere Bewertung mithin möglich ist.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erwägungsgründe 7 und 11</li> <li>- Artikel 1, 2 (Nr. 2, 4 und 8), 3, 5, 7 und 9</li> <li>- Anhang I, II (Nr. 1, 3, 6) und II (Nr. 5 und 7)</li> </ul>	
<b>Artikel 2</b>	<p><b>Artikel 2, neu eingefügte bzw. geänderte Fassung</b></p> <p><i>Im Sinne dieser Richtlinie bezeichnet der Ausdruck</i></p> <p><i>Nr. 4a neu</i></p> <p><i>„virtueller Verkaufsraum“, ein elektronisches Angebot, bei dem mittels interaktiver Elemente Konfigurierungen oder Gestaltungen für Personenkraftwagen vorgenommen werden können und/oder ein elektronisches Angebot zum unmittelbaren Kauf oder Leasing eines nach Möglichkeit durch den Käufer oder Leasingnehmer selbst konfigurierten Personenkraftwagens.</i></p> <p><u>Begründung:</u></p> <p>Der zunehmend an Bedeutung gewinnende Online-Handel für Verkauf und Leasing von Personenkraftwagen sollte nicht vom Geltungsbereich der Richtlinie ausgeklammert werden. Klarstellend sollten daher virtuelle Fernabsatzangebote mit individueller Konfigurier- und/oder Kaufmöglichkeit definiert werden.</p> <p><i>Nr. 9a neu</i></p> <p><i>„Verbreitung in elektronischer Form“ die Verbreitung von Informationen, die mittels Geräten für die elektronische Verarbeitung und Speicherung (einschließlich digitaler Kompression) von Daten am Ausgangspunkt gesendet und am Endpunkt empfangen und vollständig über Draht, über Funk, auf optischem oder anderem elektromagnetischen Wege gesendet, weitergeleitet und empfangen werden;</i></p> <p><i>Nr. 9b neu</i></p> <p><i>„Werbematerial“ jede Form von Informationen, die für Vermarktung und Werbung für Verkauf und Leasing neuer Personenkraftwagen in der Öffentlichkeit verwendet werden;</i></p>

	<p><i>dies umfasst auch Texte und Bilder auf Internetseiten, soweit für den Inhalt der Angaben nach anderen Rechtsvorschriften Fahrzeughersteller oder Unternehmen, Organisationen und Personen verantwortlich sind, die neue Personenkraftwagen zum Kauf oder Leasing anbieten, sowie Darstellungen auf Internetseiten von Handelsmessen, auf denen neue Fahrzeuge öffentlich vorgestellt werden;</i></p> <p><i>Nr. 9c neu</i></p> <p><i>„Empfänger von Werbematerial“, wer Werbematerial, insbesondere zu Informationszwecken, zur Kenntnis nimmt;</i></p> <p><i>Nr. 9d neu</i></p> <p><i>„elektronische, magnetische oder optische Speichermedien“ alle physikalischen Materialien, auf denen Informationen in elektronischer Form aufgezeichnet werden und die zur Information der Öffentlichkeit genutzt werden können;</i></p> <p><u>Begründung</u></p> <p>Wenngleich eine Technologieneutralität der Richtlinie im Sinne einer schlanken, übersichtlichen Regelung wünschenswert wäre, sind darstellungsbedingt medienspezifisch unterschiedliche inhaltliche Anforderungen an die Kennzeichnungspflicht angemessen. Dies erfordert Neudefinitionen, insbesondere für den Bereich des elektronischen Geschäftsverkehrs, die ihrem Wortlaut nach an die sachgerecht formulierte deutsche Umsetzungsnorm (Pkw-EnVKV) angelehnt werden können.</p>
<p><b>Artikel 3</b></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten stellen sicher, daß am Verkaufsort ein den Anforderungen des Anhangs I entsprechender Hinweis auf den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen an jedem neuen Personenkraftwagenmodell oder in seiner Nähe deutlich sichtbar angebracht ist.</i></p>	<p><b>Artikel 3, geänderte Fassung</b></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass am Verkaufsort ein den Anforderungen des Anhangs I entsprechender Hinweis auf den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen <b>sowie zusätzlich die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse einschließlich der grafischen Darstellung nach Anhang V</b> an jedem neuen Personenkraftwagenmodell oder in seiner Nähe deutlich sichtbar und gut lesbar angebracht ist. <b>In virtuellen Verkaufsräumen müssen bei der Beschreibung des Fahrzeugmodells die nach Anhang IV erforderlichen Angaben sowie zusätzlich die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse einschließlich der grafischen Darstellung nach Anhang V angegeben und ein Hinweis auf die Internetadresse beigefügt werden, unter welcher der Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen abgerufen werden kann; der Händler kann in</b></i></p>

	<p><b>Bezug auf die grafische Darstellung auf die entsprechenden Internetseiten des Herstellers hinweisen. Die Angaben müssen auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, deutlich sichtbar und gut lesbar sein. Es ist sicherzustellen, dass die CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen einschließlich der grafischen Darstellungen nach Anhang V dem Benutzer spätestens in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen, in welchem er ein Fahrzeugmodell ausgewählt oder eine Konfiguration abgeschlossen hat. Die Pflichten nach Anhang IV bleiben unberührt.</b></p> <p><u>Begründung</u></p> <p>Die Pflicht zur Anbringung des Hinweises muss auch in virtuellen Verkaufsräumen gelten. Gründe für eine Ungleichbehandlung bestehen insbesondere deshalb nicht, da eine mediengerechte Darstellung der Information ohne weiteres möglich ist. Infolge der Einführung der Begrifflichkeit des „virtuellen Verkaufsraums“ muss die bestehende Regelung klarstellend angepasst werden. Zudem sind aus Gründen der Rechtssicherheit und um Wiedererkennungswert zu schaffen genaue Vorgaben erforderlich, wie der Hinweis online anzugeben ist. Die Bewerbung von Fahrzeugen in virtuellen Verkaufsräumen darf nicht hinter den Anforderungen nach Anhang IV zurückbleiben. Daher sollte klargestellt werden, dass im Falle der Bewerbung von Fahrzeugen in virtuellen Verkaufsräumen zugleich die Kennzeichnungspflichten nach Anhang IV ausgelöst werden.</p>
<p><b>Artikel 6</b></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten stellen sicher, daß alle Werbeschriften die offiziellen Kraftstoffverbrauchswerte und die offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionswerte der betreffenden Personenkraftwagenmodelle gemäß Anhang IV enthalten.</i></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten tragen gegebenenfalls dafür Sorge, daß anderes Werbematerial als die obengenannten Werbeschriften eine Angabe der offiziellen CO<sub>2</sub>-Emissionswerte und der offiziellen Kraftstoffverbrauchswerte</i></p>	<p><b>Artikel 6, geänderte Fassung</b></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass alle Werbeschriften <b>und in elektronischer Form oder durch Nutzung elektronische, magnetische oder optische Speichermedien verbreitetem Werbematerial</b> die offiziellen Kraftstoffverbrauchswerte und die offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionswerte <b>und die Angabe der CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse</b> der betreffenden Personenkraftwagenmodelle gemäß Anhang IV enthalten.</i></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten tragen gegebenenfalls dafür Sorge, dass <b>jedes</b> anderes als <b>das obengenannte</b> Werbematerial <del>als die obengenannten Werbeschriften</del> eine Angabe der offiziellen CO<sub>2</sub>-Emissionswerte und der offiziellen Kraftstoffverbrauchswerte <b>und der CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse</b> des betreffenden Personenkraftwagenmodells beinhaltet.</i></p>

<p><i>des betreffenden Personenkraftwagenmodells beinhaltet.</i></p>	<p><u>Begründung</u></p> <p>Informationsbedarf besteht bei allen Vermarktungsformen. Die Kennzeichnungspflicht in der Werbung muss daher medienübergreifend geltend. Insbesondere sprechen Darstellungsgründe nicht für eine <i>grundsätzliche</i> Ungleichbehandlung. Die bisherige Differenzierung „sicherstellen/Sorge tragen“ sollte daher aufgehoben werden. Eine mediengerechte Ausdifferenzierung der Kennzeichnungspflicht sollte vielmehr im Anhang geregelt werden.</p>
<p><b>Artikel 11</b></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten legen die Sanktionen für Verstöße gegen die aufgrund dieser Richtlinie erlassenen innerstaatlichen Vorschriften fest. Die Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein.</i></p>	<p><b>Artikel 11, geänderte Fassung</b></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten legen die Sanktionen für Verstöße gegen die aufgrund dieser Richtlinie erlassenen innerstaatlichen Vorschriften fest. Die Sanktionen müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein.</i></p> <p><b><i>Die behördliche Marktüberwachung erfolgt im Einklang und nach Maßgabe der Verordnung (EG) Nr. 765/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. Juli 2008 über die Vorschriften für die Akkreditierung und Marktüberwachung im Zusammenhang mit der Vermarktung von Produkten und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 339/93 des Rates. Die zuständigen Marktüberwachungsbehörden der Mitgliedstaaten überprüfen die Einhaltung der Vorgaben dieser Richtlinie in allen von dieser Richtlinie erfassten Geschäftsbereichen bei einem signifikanten Prozentanteil der jeweiligen Händler und Hersteller pro Kalenderjahr. Die Mitgliedsstaaten teilen der Europäischen Kommission jährlich zum 30. Juni Anzahl und Art der durchgeführten Verwaltungsmaßnahmen mit.</i></b></p> <p><u>Begründung</u></p> <p>Eine Umfrage der DUH unter den zuständigen deutschen Marktüberwachungsbehörden<sup>6</sup> und ein Vergleich mit der Praxis auf Grundlage der</p>

<sup>6</sup> Regelungs- und Vollzugsdefizite der Energieeinsparverordnung (EnEV) bei der Durchsetzung des Energieausweises als Lenkungsinstrument, Stand: April 2015, [www.duh.de](http://www.duh.de)

	<p>Energieverbrauchskennzeichnungsrichtlinie 2010/30/EU und Ökodesignrichtlinie 2009/125/EG macht deutlich, dass eine funktionierende Marktüberwachung ohne konkrete europäische Vorgaben nicht auskommt. In der Kennzeichnungsrichtlinie und Ökodesignrichtlinie finden sich konkrete Vorgaben zur Marktüberwachung in Übereinstimmung mit der Verordnung (EG) 765/2008.</p> <p>Die unzureichende Vollzugspraxis der Marktüberwachungsbehörden macht die nationalen Umsetzungsgesetze in vielen Punkten zum zahnlosen Papiertiger. Sanktionen gegenüber gesetzeswidrig agierenden Marktteilnehmern sind die Ausnahme. Insbesondere die Einhaltung verbraucherinformativer Regelungen wird nicht ausreichend kontrolliert. Die Marktüberwachungsbehörden sollten die Pflichterfüllung durch die Marktteilnehmer überwachen und Verstöße angemessen sanktionieren.</p> <p>Jährliche Mitteilungspflichten der Mitgliedstaaten an die EU-Kommission über die konkrete Ausübung der behördlichen Marktüberwachung sollten fest verankert werden. Die Mitteilungen sollten Anzahl und Art der durchgeführten Verwaltungsmaßnahmen erfassen und auch Statistiken über verhängte Sanktionen enthalten.</p>
	<p><b>Art. 12a, neu eingefügte Fassung</b></p> <p>Bei dieser Richtlinie handelt es sich um eine andere Rechtsvorschrift der Gemeinschaft im Sinne des Artikel 3 Absatz 4 der RICHTLINIE 2005/29/EG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken).</p> <p>Artikel 3 Absatz 5 und 6 der Richtlinie über unlauteren Geschäftspraktiken findet keine Anwendung auf restriktivere oder strengere nationale Vorschriften, die der Umsetzung dieser Richtlinie dienen.</p> <p><u>Begründung</u></p> <p>Bei den Umsetzungsgesetzen der Mitgliedstaaten handelt es sich um wettbewerbsrechtliche Marktverhaltensregelungen. Die Harmonisierung des europäischen Wettbewerbsrechts durch Artikel 3 der Richtlinie 2005/29/EG macht eine Klarstellung erforderlich, um vor dem Hintergrund einer äußerst zurückhaltend ausgeübten behördlichen Markt-</p>

	überwachung einer wettbewerbsrechtlichen Kontrolle durch Mitbewerber, Wettbewerbsverbände und Verbraucherschutzverbände nicht die Rechtsgrundlage zu entziehen.
<p><b>ANHANG I</b></p> <p><i>VORSCHRIFTEN FÜR DEN HINWEIS AUF DEN KRAFTSTOFFVERBRAUCH UND DIE CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN</i></p> <p><i>1. Der Hinweis muß zur besseren Wiedererkennung durch die Verbraucher ein Standardformat haben.</i></p> <p>[...]</p>	<p><b>ANHANG I, geänderte Fassung</b></p> <p><i>VORSCHRIFTEN FÜR DEN HINWEIS AUF DEN KRAFTSTOFFVERBRAUCH UND DIE CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN</i></p> <p><i>1. Der Hinweis muss zur besseren Wiedererkennung durch die Verbraucher <b>das aus Anhang V ersichtliche</b> Standardformat haben.</i></p> <p>[...]</p> <p><u>Begründung</u></p> <p>Aus Harmonisierungsgründen sollten einheitliche Vorgaben für das Standardformat erfolgen. Insbesondere die grafischen Darstellungsmöglichkeiten sollten sich aus dem Anhang der Richtlinie eindeutig ergeben.</p>
<p><b>ANHANG IV</b></p> <p><i>ANGABEN ÜBER KRAFTSTOFFVERBRAUCH UND CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN IN WERBESCHRIFTEN</i></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten stellen sicher, daß in allen Werbeschriften der offizielle Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen des betreffenden Fahrzeugs angegeben werden. Die entsprechenden Angaben sollten zumindest folgenden Anforderungen genügen:</i></p> <p>[...]</p> <p><i>3. Die offiziellen Kraftstoffverbrauchswerte sollten für</i></p>	<p><b>ANHANG IV, neu eingefügte bzw. geänderte Fassung</b></p> <p><i>ANGABEN ÜBER KRAFTSTOFFVERBRAUCH UND CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN IN WERBESCHRIFTEN</i></p> <p><i>Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass in allen Werbeschriften <b>und in elektronischer Form oder durch Nutzung elektronischer, magnetischer oder optischer Speichermedien verbreitetem Werbematerial</b> der offizielle Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen <b>und die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse</b> des betreffenden Fahrzeugs angegeben werden. Die entsprechenden Angaben sollten zumindest folgenden Anforderungen genügen:</i></p> <p>[...]</p> <p><i>3. Die offiziellen Kraftstoffverbrauchswerte und <b>die offiziellen, spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen und die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse</b></i></p>



alle in der Werbeschrift genannten unterschiedlichen Fahrzeugmodelle angegeben werden. Wird für mehrere Modelle geworben, sind entweder die Kraftstoffverbrauchswerte aller Modelle oder die jeweiligen Spannweiten zwischen ungünstigstem und günstigstem Kraftstoffverbrauch anzuführen. Der Kraftstoffverbrauch ist entweder in Litern je 100 Kilometer (l/100 km), Kilometern je Liter (km/l) oder einer geeigneten Kombination dieser Werte bis zur ersten Dezimalstelle anzugeben.

[...]

Wird in der Werbeschrift lediglich auf die Fabrikmarke und nicht auf ein bestimmtes Modell verwiesen, muß der Kraftstoffverbrauch nicht angegeben werden.

**sollten** für alle in der Werbeschrift genannten unterschiedlichen Fahrzeugmodelle angegeben werden. ~~Wird für mehrere Modelle geworben, sind entweder die Kraftstoffverbrauchswerte aller Modelle oder die jeweiligen Spannweiten zwischen ungünstigstem und günstigstem Kraftstoffverbrauch anzuführen.~~ **Sind unter einem Modell mehrere Varianten und/oder Versionen zusammengefasst, so wird der Wert für den Kraftstoffverbrauch und der Wert für die CO<sub>2</sub>-Emissionen und die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse dieses Modells auf der Grundlage der Variante und/oder Version mit dem höchsten offiziellen Kraftstoffverbrauch und den höchsten offiziellen CO<sub>2</sub>-Emissionen innerhalb dieser Gruppe angegeben.** Der Kraftstoffverbrauch ist entweder in Litern je 100 Kilometer (l/100 km), Kilometern je Liter (km/l) oder einer geeigneten Kombination dieser Werte bis zur ersten Dezimalstelle anzugeben. **Die CO<sub>2</sub>-Emissionen sind in Gramm je Kilometer (g/km) anzugeben.**

[...]

**4. Es ist sicherzustellen, dass dem Empfänger von in elektronischer Form verbreitetem Werbematerial die offiziellen Kraftstoffverbrauchswerte und die offiziellen, spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen und die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse automatisch in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen, in dem erstmalig Angaben zur Motorisierung, zum Beispiel zu Motorleistung, Hubraum oder Beschleunigung, auf der Internetseite angezeigt werden. Es ist sicherzustellen, dass dem Empfänger von in elektronischer Form verbreitetem Werbematerial zusätzlich die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse des Personenkraftwagens einschließlich der grafischen Darstellung der CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen nach Anhang V angezeigt wird.**

Wird in der Werbeschrift lediglich auf die Fabrikmarke und nicht auf ein bestimmtes Modell verwiesen, muss der Kraftstoffverbrauch nicht angegeben werden.

Begründung:

Zu Nr. 3:

	<p>Die Wahlmöglichkeit zwischen Angabe aller Kraftstoffverbrauchswerte oder bloßen Spannweiten bei der Werbung für mehrere Modelle hat sich als nicht praxistauglich erwiesen. So ermöglicht etwa die Nebeneinanderstellung von Modellen (selbst unterschiedlicher Hersteller) mit extrem niedrigem und extrem hohem Verbrauch eine nichtssagende, nicht im Geringsten modellspezifisch informative Spannweitenangabe. Zwischen einzelnen Varianten und/oder Versionen innerhalb einer Modellgruppe bestehen häufig erhebliche Unterschiede bei den Verbrauchs- und Emissionswerten. Dies begründet bei der Werbung für ein aus mehreren Varianten und/oder Versionen bestehendes Modell die Gefahr der Schönfärberei.</p> <p>Ein Verbraucher entsprechend dem EU-Verbraucherleitbild möchte jedoch nicht mit einer legal schöngerechtigten Spannweitenangabe beliebig zusammengestellter Modellgruppen konfrontiert werden, sondern sich ernstlich über den Verbrauch eines bestimmten Modells informieren können. Diesem Informationsbedürfnis wird durch die Möglichkeit der Spannbreitenangaben nicht genügt, sodass diese ersatzlos zu streichen ist. Auf diese Weise könnte auch der normative Widerspruch zwischen der Regelung zur Kennzeichnungspflicht von Modellen in Artikel 2 Nr. 5 und 6 und der Spannweitenregelung in Anlage 4 aufgelöst werden. Die bisher in Artikel 2 Nr. 5 und 6 verankerten Regelungen</p> <p><i>„[...] sind unter einem Modell mehrere Varianten und/oder Versionen zusammengefasst, so wird der Wert für den Kraftstoffverbrauch dieses Modells auf der Grundlage der Variante und/oder Version mit dem höchsten offiziellen Kraftstoffverbrauch innerhalb dieser Gruppe angegeben;“</i></p> <p>und</p> <p><i>“[...] sind unter einem Modell mehrere Varianten und/oder Versionen zusammengefasst, so wird der Wert für die CO<sub>2</sub>-Emissionen dieses Modells auf der Grundlage der Variante oder Version mit den höchsten offiziellen CO<sub>2</sub>-Emissionen innerhalb dieser Gruppe angegeben;“</i></p> <p>könnten bei einer textlichen Einbindung in Anlage 4 aus systematischen Gründen stärker die Ihnen zugedachte Wirkung entfalten.</p> <p>Zu Nr. 4:</p> <p>Um Verbrauchern die realistische Möglichkeit zu verschaffen, sich im Informations- und Werbedschungel von Onlineangeboten zurechtzufinden, muss der Kennzeichnungspflicht möglichst früh und nicht erst auf Folgeseiten zum Werbeangebot entsprochen werden, damit diese die ihr zugetragene Funktion der Information und an Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtete Konsumsteuerung entfalten kann. Der Formulierungsvorschlag entspricht der derzeit geltenden deutschen Umsetzungsnorm und wurde mehrfach durch die Rechtsprechung bestätigt.</p> <p>Da im Internet, etwa auf Folgeseiten, ausreichend Platz für Zusatzinformationen vorhanden ist, sollte außerdem das offizielle Formblatt mit dem Effizienzlabel angegeben werden. Jedenfalls aber sollte zusätzlich</p>
--	--

	<p>zum Kraftstoffverbrauch, den CO<sub>2</sub>-Emissionen und der CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse eine grafische Darstellung der Übersicht der Effizienzklassen einschließlich der konkreten Einteilung des jeweiligen Pkw abgebildet werden.</p> <p>Zu Satz 9 (neue Fassung):</p> <p>Es besteht keine Notwendigkeit dafür, im Falle der Werbung für ein Modell, das nicht durch eine bestimmte Version und/oder Variante konkretisiert ist, der Kennzeichnungspflicht nicht genügen zu müssen. Bereits für den Fall des Vorhandenseins zweier unterschiedlicher Gangschaltungsarten könnte dem Wortlaut der derzeitigen Fassung nach von einer Kennzeichnung abgesehen werden. Dies steht im systematischen Widerspruch zu Artikel 2 Nr. 4, 1. Halbsatz (nach Semikolon) und Nr. 5, 2. Halbsatz (nach Semikolon) und ist mit der Ziel- und Zweckrichtung der Richtlinie unvereinbar.</p>
	<p><b>ANHANG V, neu einzufügen</b></p> <p><b><i>STANDARDFORMAT FÜR DEN HINWEIS AUF DEN KRAFTSTOFFVERBRAUCH UND DIE CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN UND DEREN GRAFISCHE DARSTELLUNG</i></b></p> <p><i>[es empfiehlt sich die Heranziehung des Formblatts nach deutschem Recht, Anlage 1 (zu § 3 Abs. 1 Nr. 1) Hinweis auf Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen und Stromverbrauch A. Anforderungen an den Hinweis gemäß § 3 Absatz 1 Nummer 1, Abschnitt II Formblatt für den Hinweis auf den Kraftstoffverbrauch, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Stromverbrauch*]</i></p> <p><u>Begründung:</u></p> <p>Der Wiedererkennungswert und die Vergleichbarkeit einheitlicher Hinweise machen ein EU-weit einheitliches Standardformat zu einem probaten Mittel für eine an der Ziel- und Zweckrichtung der Richtlinie orientierte Verbraucherinformation. Die Einführung eines EU-weit einheitlichen Standardformats, das sich in seinen Grundzügen an dem erprobten deutschen „Formblatt“ orientiert, würde den gemeinsamen Binnenmarkt durch einheitliche Informationsblätter stärken und Wettbewerbsverzerrungen – insbesondere im Online-Handel und im grenznahen stationären Handel – zwischen den Mitgliedsstaaten vermeiden. Das Standardformat sollte auch Vorgaben zur grafischen Darstellung der CO<sub>2</sub>-Effizienzklassen machen.</p>

## **4. Anlagen**

### **4.1. Ergebnis der Abfrage bei den Vollzugsbehörden zur Marktüberwachung**

## Marktüberwachung der Bundesländer in 2014 [Energieverbrauchskennzeichnung und Ökodesign]\*






**Grüne Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mehreren Produktgruppen +**  
mind. 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Gelbe Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mind. einer Produktgruppe +**  
weniger als 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Rote Karte:**  
Keine Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung

Bundesland	Ministerium	Produktgruppe	Kontrollaktivitäten 2014				Vom Markt ge- nommene / an der Grenze zurück- gewies. Modelle	Buß- / Zwangsgelder	Bevölkerung in 100.000 Einwohner	Buß- / Zwangsgelder pro 100.000 Einwohner
			Kontrollierte Unternehmen	Formale Kontrollen	Labortests	Nicht-konforme Modelle (formal + Labor)				
 <b>Bremen</b>	Senator für Umwelt, Bau und Verkehr	Energieverbrauchs- relevante Produkte (u.a. Haushaltsgroß- geräte, Fernseher, Lampen, Netzteile)	51	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: 75 Modelle</li> <li>Ökodesign: 5 Netzteile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine</li> <li>Ökodesign: 5 Netzteile</li> </ul>	9 Betriebe, 29 Modelle		9	6,6	1,67
	s. o.	PKW	10	10 Betriebe	Entfällt (KBA zuständig)	Keine		Keine		
	s. o.	Reifen	47	47 Betriebe	Keine	2 Betriebe		2		
 <b>Hessen</b>	Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung	Energieverbrauchs- relevante Produkte	488	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: 1939 Modelle (max. 5 korrekte Modelle je Produktart erfasst)</li> <li>Ökodesign: 672 Modelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: 94 Modelle</li> <li>Ökodesign: 392 Modelle</li> </ul>	418 Modelle (davon 270 falsche Herstellerangaben)	181 Modelle (u.a. 125 Netzteile, 53 Lampen)	80	60,5	1,52
	s. o.	PKW	230	230 Betriebe, 882 Kennzeichnungen	Entfällt (KBA zuständig)	101 Betriebe, 187 Kennzeichnungen (u.a. 50 x Aushang alt)		12		
	s. o.	Reifen	65	65 Betriebe, 172 Modelle	Keine	17 Betriebe, 19 Modelle		BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
 <b>Rheinland- Pfalz</b>	Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung	Energieverbrauchs- relevante Produkte	691	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: <b>1958 Modelle +</b> 108 Werbematerialien</li> <li>Ökodesign: 20 Modelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine</li> <li>Ökodesign: 20 Netzteile</li> </ul>	282 Betriebe, 504 Modelle		67	39,9	2,08
	s. o.	PKW	599	599 Betriebe	Entfällt (KBA zuständig)	171 Betriebe		16		
	s. o.	Reifen	389	389 Betriebe	4 Modelle	117 Betriebe (formal) <b>+ 2 Modelle (Labor)</b>		BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		

\* Ergebnisse der DUH-Umfrage vom 10. Juni 2015 auf der Basis der Umweltinformationsgesetze der Bundesländer

## Marktüberwachung der Bundesländer in 2014 [Energieverbrauchskennzeichnung und Ökodesign]\*






**Grüne Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mehreren Produktgruppen +**  
mind. 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Gelbe Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mind. einer Produktgruppe +**  
weniger als 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Rote Karte:**  
Keine Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung

Bundesland	Ministerium	Produktgruppe	Kontrollaktivitäten 2014				Vom Markt ge- nommene / an der Grenze zurück- gewies. Modelle	Buß- / Zwangsgelder	Bevölkerung in 100.000 Einwohner	Buß- / Zwangsgelder pro 100.000 Einwohner
			Kontrollierte Unternehmen	Formale Kontrollen	Labortests	Nicht-konforme Modelle (formal + Labor)				
Baden- Württemberg 	Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft	Energieverbrauchs- relevante Produkte (u.a. Haushaltsgroß- geräte, Fernseher, Lampen, Netzteile)	537	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: <b>5272 Modelle +</b> 418 Werbematerialien</li> <li>Ökodesign: 335 Modelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: 57 Modelle</li> <li>Ökodesign: 27 Modelle</li> </ul>	361 Modelle	285 Lampen	Keine	106,3	0,00
	s. o.	PKW	Keine Angaben	<b>1245 Modelle +</b> 30 Werbematerialien	Entfällt (KBA zuständig)	87 Modelle		Keine		
	s. o.	Reifen	Keine Angaben	<b>112 Modelle +</b> 30 Werbematerialien	Keine	Keine		BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
Bayern 	Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz	Energieverbrauchs- relevante Produkte	Keine Angaben	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: 155 Modelle</li> <li>Ökodesign: 165 Modelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine</li> <li>Ökodesign: 21 Netzt.</li> </ul>	205 Modelle ( u.a. 199 Lampen)		Keine	126,0	0,00
	s. o.	PKW	Keine Angaben	Keine Angaben	Entfällt (KBA zuständig)			Keine		
	s. o.	Reifen	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine			BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
Berlin 	Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung	Energieverbrauchs- relevante Produkte	69	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: 589 Modelle</li> <li>Ökodesign: 643 Modelle</li> </ul>	Keine	15 Betriebe, 49 Modelle	20 Lampen	2	34,2	0,06
	s. o.	PKW	Keine	Keine	Entfällt (KBA zuständig)			Keine		
	s. o.	Reifen	27	27 Betriebe	Keine	2 Betriebe		BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		



## Marktüberwachung der Bundesländer in 2014 [Energieverbrauchskennzeichnung und Ökodesign]\*



**Grüne Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mehreren Produktgruppen +**  
mind. 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Gelbe Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mind. einer Produktgruppe +**  
weniger als 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Rote Karte:**  
Keine Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung

Bundesland	Ministerium	Produktgruppe	Kontrollaktivitäten 2014				Vom Markt ge- nommene / an der Grenze zurück- gewies. Modelle	Buß- / Zwangsgelder	Bevölkerung in 100.000 Einwohner	Buß- / Zwangsgelder pro 100.000 Einwohner
			Kontrollierte Unternehmen	Formale Kontrollen	Labortests	Nicht-konforme Modelle (formal + Labor)				
Brandenburg 	Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie	Energieverbrauchs- relevante Produkte (u.a. Haushaltsgroß- geräte, Fernseher, Lampen, Netzteile)	32 (nur Ökodesign, keine Energie- verbrauchs- kennzeichnung)	• Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine • Ökodesign: 110 Modelle	• Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine • Ökodesign: 20 Modelle	39 Modelle (u.a. 28 Lampen, 3 PCs)	7 Lampen	Keine	24,5	0,00
	s. o.	PKW	60	60 Betriebe	Entfällt (KBA zuständig)	Keine		Keine		
	s. o.	Reifen	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine Angaben			BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
Mecklenburg- Vorpommern 	Ministerium für Energie, Infrastruktur und Landesentwicklung	Energieverbrauchs- relevante Produkte	222	• Energieverbrauchs- kennzeichnung: <b>8025 Modelle +</b> 44 Werbematerialien • Ökodesign: 5 Modelle	Keine	712 Modelle		1	16,0	0,13
	s. o.	PKW	Keine	Keine	Entfällt (KBA zuständig)			Keine		
	s. o.	Reifen	Keine Angaben	36 Modelle	Keine	8 Modelle		1		
Niedersachsen 	Niedersächsisches Ministerium für Umwelt, Energie und Klimaschutz	Energieverbrauchs- relevante Produkte	23	• Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine • Ökodesign: 122 Modelle	• Energieverbrauchs- kennzeichnung: 17 Modelle • Ökodesign: 122 Mod.	85 Modelle (u.a. 19 Netzteile, 4 Kühlgeräte)		Keine	77,9	0,00
	s. o.	PKW	Keine	Keine	Entfällt (KBA zuständig)			Keine		
	s. o.	Reifen	Keine Angaben	Keine	20 Modelle	7 Modelle		BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		



## Marktüberwachung der Bundesländer in 2014 [Energieverbrauchskennzeichnung und Ökodesign]\*



**Grüne Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mehreren Produktgruppen +**  
mind. 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Gelbe Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mind. einer Produktgruppe +**  
weniger als 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Rote Karte:**  
Keine Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung

Bundesland	Ministerium	Produktgruppe	Kontrollaktivitäten 2014				Vom Markt ge- nommene / an der Grenze zurück- gewies. Modelle	Buß- / Zwangsgelder	Bevölkerung in 100.000 Einwohner	Buß- / Zwangsgelder pro 100.000 Einwohner
			Kontrollierte Unternehmen	Formale Kontrollen	Labortests	Nicht-konforme Modelle (formal + Labor)				
<b>Nordrhein- Westfalen</b> 	Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz	Energieverbrauchs- relevante Produkte (u.a. Haushaltsgroß- geräte, Fernseher, Lampen, Netzteile)	18	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: 5 Lampen</li> <li>Ökodesign: 61 Modelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine</li> <li>Ökodesign: 32 Netzteile</li> </ul>	31 Netzteile, 1 Lampe	1 Lampe	Keine	175,7	0,00
	s. o.	PKW	Keine	Keine	Entfällt (KBA zuständig)			Keine		
	s. o.	Reifen	Keine	Keine	Keine			BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
<b>Sachsen</b> 	Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr	Energieverbrauchs- relevante Produkte	47	47 Betriebe	Keine	6 Betriebe		Keine	40,5	0,02
	s. o.	PKW	30	30 Betriebe	Entfällt (KBA zuständig)	4 Betriebe		1		
	s. o.	Reifen	27	27 Betriebe	Keine	6 Betriebe		BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
<b>Thüringen</b> 	Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz	Energieverbrauchs- relevante Produkte	156	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchsk.: <b>281 Modelle +</b> <b>37 x Versandhandel +</b> 185 Werbematerialien</li> <li>Ökodesign: 112 Modelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: 12 Modelle</li> <li>Ökodesign: 49 Modelle</li> </ul>	47 Modelle		Keine	21,6	0,00
	s. o.	PKW	Bis Redaktions- schluss keine Antwort zu PKW	Keine Angaben	Entfällt (KBA zuständig)	Keine Angaben				
	s. o.	Reifen	und Reifen eingegangen	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine Angaben		BMW hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		

## Marktüberwachung der Bundesländer in 2014 [Energieverbrauchskennzeichnung und Ökodesign]\*







**Grüne Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mehreren Produktgruppen +**  
mind. 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Gelbe Karte:**  
Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung bei  
**mind. einer Produktgruppe +**  
weniger als 1 Bußgeld pro 100.000  
Einwohner verhängt.



**Rote Karte:**  
Keine Kontrollen der Energie-  
verbrauchskennzeichnung

Bundesland	Ministerium	Produktgruppe	Kontrollaktivitäten 2014				Vom Markt ge- nommene / an der Grenze zurück- gewies. Modelle	Buß- / Zwangsgelder	Bevölkerung in 100.000 Einwohner	Buß- / Zwangsgelder pro 100.000 Einwohner
			Kontrollierte Unternehmen	Formale Kontrollen	Labortests	Nicht-konforme Modelle (formal + Labor)				
 <b>Hamburg</b>	Behörde für Umwelt und Energie	Energieverbrauchs- relevante Produkte (u.a. Haushaltsgroß- geräte, Fernseher, Lampen, Netzteile)	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine Angaben</li> <li>Ökodesign: 43 Modelle</li> </ul>	Keine	7 Lampen	5 Lampen	Keine	17,5	0,00
	s. o.	PKW	Keine Angaben	Keine Angaben	Entfällt (KBA zuständig)	Keine Angaben		Keine		
	s. o.	Reifen	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine Angaben	Keine Angaben		BMWi hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
 <b>Saarland</b>	Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr	Energieverbrauchs- relevante Produkte	Nur reaktiv (z.B. nach Bürger- beschwerden) / keine Angaben	Nur reaktiv (in den letzten 3 Jahren nur 1 fehlerhafte Anbringung eines Energielabels gemeldet)	Keine			Keine	9,9	0,00
	s. o.	PKW	Nur reaktiv / keine Angaben	Nur reaktiv / keine Angaben	Entfällt (KBA zuständig)			Keine		
	s. o.	Reifen	Nur reaktiv / keine Angaben	Nur reaktiv / keine Angaben	Keine			BMWi hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
 <b>Sachsen- Anhalt</b>	Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft	Energieverbrauchs- relevante Produkte	Keine	Keine	Keine			Keine	22,4	0,00
	s. o.	PKW	Keine	Keine	Entfällt (KBA zuständig)			Keine		
	s. o.	Reifen	Keine	Keine	Keine			BMWi hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		
 <b>Schleswig- Holstein</b>	Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume	Energieverbrauchs- relevante Produkte	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine</li> <li>Ökodesign: 12 Modelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energieverbrauchs- kennzeichnung: Keine</li> <li>Ökodesign: 1 Modell</li> </ul>	2 Modelle (1 x Stand-by- und Aus-Zustand, 1 Lampe)		Keine	28,2	0,00
	Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr u. Technologie	PKW	Keine	Keine	Entfällt (KBA zuständig)			Keine		
	Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr u. Technologie	Reifen	Keine	Keine	Keine			BMWi hat noch keine Verordnung für Bußgelder erlassen		

## 4.2. Ausgewählte Gerichtsentscheidungen deutscher Gerichte

Im Folgenden sind ausgewählte Gerichtsentscheidungen aufgeführt, die zur Präzisierung der Richtlinie sowie der nationalen Umsetzungsnorm geführt haben.

### 4.2.1. Anhang IV: Angaben in Werbeschriften

Nr. 1 des Anhang IV der Richtlinie stellt klar: „Die Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Angaben sollten gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben sein als der Hauptteil der Werbebotschaft.“ Die Rechtsprechung verdeutlichte die hieraus ableitbaren Anforderungen an die Kennzeichnung in zahlreichen Fällen.

Oberlandesgericht Hamm, Urteil vom 18.01.2011 (Az.: 1-4 U 151/10), Nichtzulassungsbeschwerde durch Bundesgerichtshof am 23.02.2012 zurückgewiesen:

*„Zwar ist der nach der Verordnung gebotene Hinweis auf den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen erfolgt. Am unteren Ende der Werbeanzeige sind in einem eigenen Werbeblock die entsprechenden Angaben enthalten. Wie der Senat aber schon in der Entscheidung 4 U 159 / 07 ausgeführt hat, regelt die Verordnung nicht nur, dass die Angaben überhaupt erfolgen müssen. Sie müssen auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, gut lesbar und insbesondere nicht weniger hervorgehoben sein als der Hauptteil der Werbebotschaft. Das ist hier nicht der Fall. [...] Dem Verbraucher eines neuen Kraftfahrzeugs sollen der Verbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen deutlich vor Augen geführt werden. Der Verbraucher soll gleichsam angehalten werden, sich in seinem Interesse vor der Kaufentscheidung mit der Umweltverträglichkeit und den Verbrauchskosten als Folgekosten auseinander zu setzen.“*

Oberlandesgericht Hamm, Urteil vom 17.01.2008 (Az.: 4 U 159/07):

*„Die Verordnung regelt aber nicht nur, dass die Angaben überhaupt erfolgen müssen, sondern nach Nr. 2 des Abschnitts I der Anlage 4 zu § 5 der Verordnung müssen die Angaben auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben sein als der Hauptteil der Werbebotschaft. Das ist bei der hier streitgegenständlichen Werbung unzweifelhaft nicht der Fall. [...] Beim flüchtigen Studium der Anzeige kann man über sie auch sehr leicht hinweglesen. [...]*

*Die Tatsache, dass der angesprochene Verbraucher zufällig auf die Pflichtangaben stoßen könnte, wie das Landgericht meint, reicht nach dem Zweck des Gesetzes gerade nicht aus. Der Verbraucher soll eindeutig, klar und gleichrangig mit den anderen Details über den Verbrauch des Fahrzeuges und dessen Emissionen informiert werden, um beim Kauf des neuen Fahrzeuges diese Gesichtspunkte von Anfang an in seine Kaufentscheidung mit einbeziehen zu können. Dem genügt eine Information gerade nicht, bei der es dem Zufall überlassen bleibt, ob der Käufer davon Kenntnis nimmt oder nicht. [...]*

*Ein erheblicher Verstoß liegt dann aber nicht nur dann vor, wenn die Pflichtangaben völlig unterbleiben, sondern auch, wenn sie so unzureichend vorgenommen werden, dass der Gesetzeszweck durch die entsprechende Angabe nicht mehr erreicht werden kann. [...] Dem Käufer eines neuen Kraftfahrzeugs sollen dagegen der Verbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die sehr unterschiedlich ausfallen können, deutlich vor Augen geführt werden. [...] Der Verbraucher soll gleichsam angehalten werden, sich in seinem Interesse bei der Kaufentscheidung auch mit der Umweltverträglichkeit auseinander zu setzen. Kern der Vorschrift, gegen die die Beklagte verstoßen hat, ist somit nicht nur, dass die geforderten Pflichtangaben gemacht, sondern dass sie besonders deutlich gemacht werden.“*

Oberlandesgericht Bamberg, Beschluss vom 17.01.2013 (Az.: 3 U 191/12):

*„Maßgeblicher Anknüpfungspunkt für die Gestaltung der erforderlichen Angaben ist der ‚Hauptteil der Werbebotschaft‘. Entgegen der Ansicht der Beklagten ist darunter das beworbene Fahrzeug und seine*

*Eigenschaften zu sehen und nicht etwa die Finanzierungsbedingungen, denn die Beklagte ist keine Bank, sondern PKW-Händlerin. [...] Bei der vergleichenden Betrachtung, ob die anzugebenden Verbrauchs- und Emissionswerte weniger hervorgehoben im Sinne der Nr. 2 der Anlage 4 zur Pkw-EnVKV sind, ist deshalb auf die Beschreibung des beworbenen Fahrzeugs abzustellen [...]*

*Der Hauptteil der Werbebotschaft ist deshalb hier in der Modellbezeichnung, den Angaben zur Leistung der beworbenen Fahrzeuge und dem Preis zu sehen. Demgegenüber ist die Darstellung der Verbrauchs- und Emissionswerte weit deutlich weniger hervorgehoben und befindet sich zudem an einer ganz anderen Stelle, obwohl – auch unabhängig von den Vorschriften der Pkw-EnVKV – die Verbrauchswerte angesichts hoher Treibstoffkosten für die angesprochenen Verkehrskreise ganz wesentliche Eigenschaften darstellen, die den Kaufinteressenten nach dem Willen des Ordnungsgebers auch bei der Kaufentscheidung bewusst sein sollen. Dies ergibt sich aus der Richtlinie 1999/94/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13.12.1999, die mit der Pkw-EnVKV in nationales Recht umgesetzt worden ist.*

*Entgegen der Ansicht der Beklagten haben die Verbrauchs- und Emissionswerte für Kaufinteressenten durchaus Bedeutung. Dem Senat ist bekannt, dass diese Werte auf Prüfständen ermittelt werden und im Alltagsgebrauch allenfalls unter optimalen Bedingungen erreicht werden können. Da dies aber für alle Fabrikate und alle Fahrzeugtypen zutrifft, eröffnen die anzugebenden Verbrauchs- und Emissionswerte einem Interessenten in jedem Fall die Möglichkeit eines Vergleichs.“*

Landgericht Meiningen, Urteil vom 13.08.2015 (Az.: 8 HK O 8/15):

*„Die Angaben zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen treten gegenüber dem Hauptteil der Werbebotschaft deutlich in den Hintergrund. Die Überschrift [...], die Angaben zu Motorisierung, Ausstattung und auch zum Preis des Fahrzeugs sind in etwa doppelt so groß und dick gesetzt und zum Teil auch durch Farbdruck hervorgehoben. [...] Es genügt nicht zur Einhaltung der PKW-EnVKV, wenn ein an den Verbrauchswerten interessierter Leser diese den Inseraten mit gewisser Mühe entnehmen kann.“*

Zur Übersichtlichkeit der Angaben gemäß Nr. 2 (“Die Verbrauchs- und CO<sub>2</sub>-Angaben sollten bereits bei flüchtigem Lesen leicht verständlich sein.”) führte das Landgericht Braunschweig, Urteil vom 01.08.2014 (Az.: 21 O 2564/13), aus:

*„Die Angaben müssen auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich sein. Abzustellen dabei ist nicht auf den „durchschnittlich angemessen und situationsbedingt informierten Durchschnittsverbraucher“, der sonst im Bereich des unlauteren Wettbewerbs maßgeblich ist [...] Vielmehr ist nach richtlinienkonformer Auslegung der Pkw-EnVKV der Adressat der „flüchtige“ Leser (BGH, GRUR 2010, 852 ff.) [...]“*

*Die Zahlenkolonne ist für den flüchtigen Durchschnittsleser aus sich heraus auch nicht verständlich, weil die isolierte Angabe der Zahlenwerte ohne übersichtliche Erläuterung ohne besonderen Informationsgehalt bleibt. Hieran ändert sich auch daran nichts, dass über den Sternchen-Zusatz die Inhalte der Pflichtangaben im blau unterlegten Bereich am Ende der Werbung aufgelöst werden. [...] Denn dem Käufer eines neuen Kraftfahrzeuges sollen der Verbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen deutlich und eindringlich vor Augen geführt werden, er soll angehalten werden, sich in seinem Interesse vor der Kaufentscheidung mit der Umweltverträglichkeit und den Verbrauchskosten als Folgekosten auseinanderzusetzen. In diesem Sinn sind die Pflichtangaben nicht deutlich gemacht. [...] Es bleibt auch hier eher zufällig, ob er bei flüchtiger Betrachtung auf den Sternchen-Hinweis stößt und ihm an das Ende der Werbung folgt.“*

#### **4.2.2. Werbung in digitalen Medien / Neue Werbeformen**

Das Landgericht Köln, Urteil vom 28.08.2015 (Az.: 84 O 84/15) erklärte Verbrauchs- und Emissionsangaben im sog. Mouse-Over-Verfahren als unzulässig.



*„Dem wird das sog. Mouse-Over-Verfahren nicht gerecht, da die Pflichtangaben erst und nur dann angezeigt werden, wenn der Nutzer der Internetseite mit der Maus über die Angabe der Effizienzklasse scrollt. Durch dieses Verfahren wird nicht gewährleistet, dass die Pflichtangaben automatisch in dem Augenblick erfolgen, in dem Motorisierungsangaben gemacht werden. Bei dem Mouse-Over-Verfahren bleibt es dem Zufall überlassen, ob der Nutzer die Mouse-Over-Funktion überhaupt erkennt und – wenn ja – dann auch tatsächlich mit der Maus über diese Funktion fährt. Die Anzeige der Pflichtangaben ist von einer vorherigen manuellen Tätigkeit des Nutzers abhängig, während die Pkw-EnVKV verlangt, dass die Angaben automatisch in dem Augenblick angezeigt werden, in dem erstmalig Angaben zu Motorisierung gemacht werden.“*

Nach Rechtsprechung des Landgerichts Braunschweig, Urteil vom 02.10.2014 (Az.: 21 O 1195/14) sind die Angaben zum Verbrauch und zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß als Aufklapp-Informationen auf FACEBOOK („Mehr Anzeigen“) nicht geeignet, der Kennzeichnungspflicht zu genügen.

*„Die Pflichtangaben erscheinen in der streitgegenständlichen Werbung erst nach einem weiteren Klick unter der Rubrik „mehr anzeigen“. Entgegen der Ansicht der Beklagten genügt dies nicht den Erfordernissen der Pkw-EnVKV. Die Kammer teilt die Auffassung der Beklagten nicht, dass diese Kriterien immer dann erfüllt seien, wenn sich die Angaben durch einen Tastenklick oder durch ein Weiterscrollen im Text auf derselben Internetseite finden. [...]*

*Zwar ist der Beklagten darin zuzustimmen, dass es schwierig sein dürfte, eine verkehrssübliche „Normalansicht“ von Internetseiten zu definieren. [...] Um den Vorgaben der Pkw-EnVKV Rechnung zu tragen und Umgehungsmöglichkeiten auszuschließen, ist deshalb eine strenge Beurteilung geboten. Daraus folgt, dass die Formulierung „automatisch in dem Augenblick“ nichts anderes bedeuten kann, als „sofort“ und „ohne weiteres Zutun“. Derartigen Anforderungen genügt die hier angegriffene Gestaltung der Werbung nicht, weil die Angaben erst nach einem weiteren Klick erscheinen und damit gerade nicht automatisch in dem Augenblick, in dem die Angaben zur Motorisierung erstmals gemacht werden zur Kenntnis genommen werden können. [...]*

*Die Beklagte kann sich auch nicht erfolgreich auf fehlendes Verschulden berufen, weil der Seitenumbruch eigenmächtig von dem Seitenbetreiber Facebook gesetzt worden sei und sie keinen Einfluss auf die Linksetzung gehabt habe [...] Ist dies nicht möglich und kann die Einhaltung des Vertragsstrafeversprechens nicht sichergestellt werden, darf die Beklagte – um die Vertragsstrafe nicht zu verwirken – auf dieser Seite nicht werben. Zum anderen hat die Beklagte auch keine Tatsachen vorgetragen, aus denen sich ergibt, dass sie sich, nachdem die Werbung erschienen war, davon überzeugt hat, dass die Werbung die Vorgaben der Pkw-EnVKV einhält und z.B. durch Screenshots dokumentiert, dass die Pflichtangaben verordnungsgemäß erscheinen.“*

Ähnliche Wertungen nahmen das Landgericht Düsseldorf, Urteil vom 10.03.2014 (Az.: 34 O 54/13), das Landgericht Trier, Urteil vom 01.03.2012 (Az.: 7 HK O 190/11) und das Landgericht Köln, Urteil vom 17.01.2012 (Az.: 81 O 102/11) vor.

Deutsche Umwelthilfe e.V., 15. Januar 2015

Für Rückfragen:

Agnes Sauter, Leiterin DUH-Verbraucherschutz ([sauter@duh.de](mailto:sauter@duh.de), Tel. +49 7732 / 9995 11)