



**Stellungnahme zum
Verordnungsentwurf
des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz**

„Zweite Verordnung zur Änderung der Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen“

(Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung – Pkw-EnVKV)
Bearbeitungsstand 30.06.2023

Der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe e.V. (ZDK) ist der Interessensvertreter der ca. 36.500 Autohäuser und Werkstätten mit seinen knapp 468.000 Beschäftigten. Er ist im Lobbyregister für die Interessenvertretung gegenüber dem Deutschen Bundestag und der Bundesregierung unter der Nummer R001246 eingetragen. Gerne nehmen wir zu den o.g. grundsätzlich überwiegend gelungenen Verordnungsentwurf wie folgt Stellung:

§ 2 Abs. 1 Nr. 2 und Nr. 3

Die Definition der Eigenschaft „neu“ oder „gebraucht“ ist zu begrüßen. Hiermit wird die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu den Abgrenzungsfragen aufgegriffen und für den Anwender nachvollziehbar dargestellt. Der Zeitpunkt, bis zu dem ein Fahrzeug als „neu“ oder ab dem ein Fahrzeug als „gebraucht“ gilt, ist mit acht Monaten in einer gesetzlichen Regelung allerdings ungewöhnlich und kann zu Fehlern führen. Wir regen an, diesen Zeitpunkt auf ein eingängliches Maß von 6 Monaten festzulegen.

§ 2 Abs. 1 Nr. 4

Die Definition des Begriffes „Modell“ ist unglücklich. Insbesondere entspricht diese Definition nicht der Lebenswirklichkeit und führt auch bei den Automobilhändlern zur Verwirrung, zumal offensichtlich bei den einzelnen Herstellern unterschiedliche Handhabungen existieren. Danach wären zwei äußerlich identische Fahrzeuge nicht als ein Modell zu qualifizieren, wenn das eine Fahrzeug mit einem Dieselmotor und das andere Fahrzeug mit einem Benzinmotor ausgerüstet ist. Diese Unklarheit wird starke Auswirkungen auf die Verständlichkeit und die Anwendung insbesondere der Vorschriften in Anlage 4 (zu § 5) Teil I Ziffer 1 Abs. 3 haben und dort unvermeidbar zu Fehlern führen; gleiches gilt in etwa für § 4 Abs. 4 Satz 2 - 5 und für Anlage 3 (zu § 4 Abs. 2 Satz 1) Teil II Ziffer 3 Abs. 5.

§ 2 Abs. 1 Nr. 20

Diese Vorschrift enthält die Definition für die „Masse des Fahrzeugs“. Die Masse des Fahrzeugs spielt in dem gesamten hier vorliegenden Entwurf einer neuen Pkw-EnVKV keine grundlegende Rolle. Sie ist nach dem derzeitigen Diskussionsstand nur im Rahmen des Hinweises nach § 3 Abs. 1 Nr. 1 anzugeben. Hier stellt sich die Frage, ob diese Angabe eine sinnvolle Angabe darstellt oder ob hier nicht viel zu viele Informationen zu erteilen sind, die dem Verbraucher keinen Nutzen bieten. Aus diesseitiger Sicht ist Letzteres der Fall, so dass auf die Definition der „Masse des Fahrzeugs“ verzichtet werden könnte.

§ 3 Abs. 1 Nr. 2

Es stellt sich die Frage, ob auf einen Aushang nicht verzichtet werden kann. Sicherlich ist der Aushang möglicherweise eine Vorgabe aus der Richtlinie 1999/94/EG. Er bietet allerdings in Ansehung des Leitfadens, der auf Verlangen zur Einsicht bereitgehalten werden muss, überhaupt keinen Mehrwert für den Verbraucher. Denn in dem Leitfaden findet der Verbraucher eine viel größere Übersicht über alle Modelle mit deren Verbräuchen und Emissionen. Darüber hinaus verursacht ein Aushang nur unnötige Kosten und Aufwand (auch wenn er elektronisch dargestellt werden kann). Ob dies nachhaltig ist, ist zumindest zu bezweifeln.

§ 3 Abs. 3 Satz 1

Um einerseits Ungenauigkeiten (z.B. Ausstattungsänderung im Verhältnis zur Bestellung oder andere Rad-Reifen-Kombination etc.) zu vermeiden, sollte der Hersteller verpflichtet werden, den Händlern, denen sie neue Personenkraftwagen liefern, primär den Hinweis in der vorgeschriebenen Form mit dem Fahrzeug derart mitzuliefern, dass er erkennbar im Fahrzeug befestigt ist.

Dies löst andererseits gleich andere Problematiken mit. Das ist z.B. die Problematik, dass falsche Hinweise durch Verwechslungen bei der Auszeichnung vieler angelieferter Fahrzeuge angebracht werden. Das ist aber auch und insgesamt die Problematik, dass in § 3 Abs. 4 Nr. 2 und Nr. 3 neue unbestimmte Rechtsbegriffe (Nr. 2 „vor kurzer Zeit“ und Nr. 3 „vorübergehend“) eingeführt werden, die noch nicht durch Rechtsprechung hinterlegt sind. Solche Sachverhalte werden gerne durch Abmahnverbände aufgegriffen.

Auch wird uns von Automobilhändlern berichtet, dass die notwendigen Daten zur Erstellung des Hinweises oftmals nicht oder nur unvollständig vorhanden sind oder aufwändig auf den Herstellerseiten gesucht werden müssen. Dies kann dazu führen, dass die Hinweise nicht rechtzeitig fertig gestellt werden können.

Wir schlagen daher folgende Formulierung vor:

Die Hersteller haben den Händlern, denen sie neue Pkw liefern, unverzüglich und unentgeltlich den Hinweis gemäß Abs. 1 für jeden Pkw und den Aushang gemäß Abs. 1 für sämtliche Pkw zu übermitteln, die die Hersteller an die Händler liefern.

Die Hersteller haben sicherzustellen, dass an neuen Personenkraftwagen, die an die Händler ausgeliefert werden, entsprechend § 3 Abs. 1 Ziffer 1 a) ein Hinweis deutlich sichtbar an dem betreffenden Fahrzeug angebracht ist. Der Hinweis und der Aushang sowie die zugehörigen Daten und Informationen sind dem Händler auch digital zur Verfügung zu stellen.

Die Hersteller haben den Angaben die Information beizufügen, dass diese Angaben in Abhängigkeit der Rad-Reifen-Kombination des neuen Personenkraftwagens variieren können.“

§ 3 Abs. 4 Nr. 2 und Nr. 3

In § 3 Abs. 4 Nr. 2 und Nr. 3 werden neue unbestimmte Rechtsbegriffe (Nr. 2 „vor kurzer Zeit“ und Nr. 3 „vorübergehend“) eingeführt. Dadurch wird die an sich sehr gelungene Vorschrift an diesen Stellen zu einem Risiko für Automobilhändler, da durch Abmahnungen und Rechtsstreitigkeiten versucht werden wird, die Grenzen dieser Vorschriften auszuloten und möglichst weit einzuschränken. Die dadurch entstehenden Kosten bzw. das Kostenrisiko haben – wie durch die vielen Fälle in der Vergangenheit bewiesen – die Automobilhändler zu tragen. Wir regen daher dringend an, dass diese Vorschriften nicht nur in der Begründung, sondern bereits im Verordnungstext rechtssicher konkretisiert werden.

§ 9 Abs. 3, 2. Halbsatz

Nach dieser Vorschrift müssen Online-Archive und vergleichbare Informationsquellen nach Inkrafttreten der hier vorliegenden Pkw-EnVKV nicht aktualisiert werden. Laut Begründung soll dies für in den v.g. Medien enthaltenes Werbematerial gelten, welches nicht mehr aktiv verwendet wird. Diese grundsätzlich als positiv zu bewertende Regelung hat aber dann eine Lücke, wenn in der Vergangenheit eine Werbung nach den Vorschriften der derzeit noch geltenden Pkw-EnVKV auf einem Social-Media-Kanal geschaltet wurde.

Angenommen, es ist vor geraumer Zeit ein Werbepost auf Facebook gepostet worden, der keine weitere Resonanz erfahren hat. Nun findet ein User nach Inkrafttreten der neuen Pkw-EnVKV zufällig den alten Post und reagiert darauf, so dass der alte Post plötzlich wieder scheinbar aktuell ist. Hier ist völlig offen, wie ein Werbetreibender mit einer solchen – nicht selten vorkommenden – Situation umzugehen hat.

Nach Sinn und Zweck der Regelung müsste auch hier § 9 Abs. 3 2. Halbsatz eingreifen; sicher ist dies jedoch nicht. Insofern regen wir dringend an, auch den zuvor beschriebenen Fall dahingehend grundlegende zu regeln, dass Werbebeiträge, die vor Inkrafttreten der neuen Pkw-EnVKV in den Social-Media veröffentlicht worden sind, nach Inkrafttreten der neuen Verordnung ebenfalls nicht aktualisiert werden müssen. Es wäre unangebracht, wenn ein Unternehmer nunmehr auch gezwungen wäre, alte Posts wieder zu erneuern. Dies gilt erst recht, wenn das seinerzeit beschriebene Fahrzeug heute nicht mehr oder nicht mehr mit der (Motor-)Ausführung als Neufahrzeug erhältlich ist.

§ 11 Überprüfung

Nach Inkrafttreten der Verordnung soll ein Bericht mit Vorschlägen für eine Änderung der Pkw-EnVKV bereits im ersten Quartal 2025 im Hinblick auf Einführung von Energieverbrauchsklassen für E-Fahrzeuge, Kennzeichnung von Gebrauchtfahrzeugen und Klareren Ausweis der Belastung über den Lebenszyklus des Fahrzeugs aufgrund der CO₂-Bepreisung und der Kfz-Steuer vorgelegt werden. Je nach Zeitpunkt des Inkrafttretens der dem hier vorliegenden Entwurf folgenden Verordnung liegt mit der neuen Pkw-EnVKV noch kein Jahr Erfahrung vor, bevor möglicherweise eine weitere Änderung eintritt. Das ist kein angemessener (Prüf-)Zeitraum und ist abzulehnen. Im Übrigen sollte zunächst das Ergebnis der Überprüfung der EU-Richtlinie 1999/94/EU abgewartet werden, das bis zum 31.12.2024 vorliegen soll, sei es als Bericht, sei es als neuer Legislativakt. Erfahrungsgemäß wird ein solches Datum selten eingehalten. Allerdings diesem Ergebnis möglicherweise vorzugreifen, würde eine weitere Überarbeitung und damit eine weitere Belastung durch Neuregelung innerhalb relativ kurzer Zeit der der Pkw-EnVKV unterworfenen Verantwortlichen nach sich ziehen und Fehler in der Umsetzung provozieren. Ob dies darüber hinaus auch vom Verbraucher positiv angenommen würde, ist arg zu bezweifeln.

Anlage 1 (zu § 3 Absatz 1 Nummer 1)

Teil I – Inhalt und Gestaltung des Hinweises

Ziffer 5 Absatz 5

Nach dieser Vorschrift sind die kumulierten angenommenen CO₂-Kosten über die nächsten zehn Jahre bei einer Jahresfahrleistung von 15.000 Kilometern und unter Berücksichtigung von **angenommenen** künftigen CO₂-Preisen anzugeben. Um diese Kosten angeben zu können, muss auf vom Ministerium jedes Jahr zu erneuernde **angenommenen** Preise zurückgegriffen werden. Da hier keine feststehenden Preise angewendet werden müssen, sondern nur Preise, die nach bestimmten Szenarien unverbindlich gegriffen sind, stellt sich ernsthaft die Frage nach dem informatorischen Sinn einer solchen Angabe. Die tatsächlichen Kosten können am Ende deutliche höher ausfallen, aber auch niedriger. Es ist dringend darauf zu achten, dass der Hinweis nicht zu viele Informationen enthält, die den Hinweis unleserlich oder unverständlich machen oder

aufgrund seiner Informationsvielfalt kaum noch wahrgenommen wird. Auch müssen die Informationen für den Verbraucher sinnvoll und nachvollziehbar sein, was im vorliegenden Fall zumindest zweifelhaft erscheint.

Stattdessen regen wir dringend an, den **Erläuterungen im unteren Teil des Hinweises** gem. Ziffer 9 **deutlich mehr Raum** zu gewähren. Denn diese Erläuterungen sind für den Verbraucher wirklich wichtig, um den Sinn und die Aussagekraft der angegebenen Werte für seine persönliche Entscheidungsfindung bewerten zu können. Insbesondere die derzeitige Größe der Erläuterungen führt dazu, dass sie nur schwer zu erfassen und nicht leicht verständlich sind.

Anlage 2 (zu § 3 Absatz 1 Nummer 2)

Teil II – Elektronische Anzeige durch Bildschirm

Ziffer 4

Es stellt sich die Frage, warum eine Aktualisierung alle 3 Monate zu erfolgen hat; bei dem Aushang reicht nach Teil I Ziffer 9 eine Aktualisierung alle 6 Monate aus. Das bedeutet bei der elektronischen Anzeige durch Bildschirm einerseits einen zusätzlichen und unnötigen Aufwand, denn die Daten der Fahrzeuge ändern sich nicht so häufig und ebenso wenig werden so oft neue Fahrzeuge in den Markt eingeführt. Andererseits würden wir eine Vereinheitlichung von Fristen begrüßen, was die Anwendung der Vorschriften deutlich erleichtern würde.

Anlage 4 (zu § 5)

Teil I - Werbeschriften

Ziffer 1 Absatz 3 (zugleich zu § 4 Abs. 4 Satz 2 - 5 und Anlage 3 (zu § 4 Abs. 2 Satz 1) Teil II Ziffer 3 Abs. 5.)

Die Vorschrift ist nur sehr schwer verständlich. Dies wird ein Automobilhändler nur aufgrund des Vorschriftentextes kaum rechtssicher umsetzen können. Wenn schon nicht auf diese Vorschrift verzichtet werden mag oder kann, sollten zumindest in die Begründung ein oder mehrere konkrete und nachvollziehbare Beispiele aufgenommen werden, die sich auch zur Kommunikation an die zur Anwendung Verpflichteten eignen. Wir regen gleichfalls nochmals die Überlegung an, ob nicht die Regelung des Absatzes 4 ausreichend ist und auf Absatz 3 verzichtet werden kann. Die Definition des Begriffes „Modell“ in § 2 Abs. 1 Nr. 4 führt dazu, dass es kaum noch Varianten oder Versionen geben wird, die unter einem Modell zusammengefasst werden können.

Ziffer 2

Die Angaben müssen gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft sein. Die Angaben müssen bereits beim flüchtigen Lesen leicht verständlich sein.

Laut Begründung soll diese Anpassung der präzisierten Umsetzung des zugrundeliegenden Anhang IV Nummern 1 und 2 der EU-Richtlinie 1999/94/EG dienen. Damit soll verdeutlicht werden, dass nicht über die Regelungen der Richtlinie hinausgegangen wird. Dies betreffe insbesondere das Tatbestandsmerkmal „bei flüchtigem Lesen leicht verständlich“. Das Kriterium des „flüchtigen Lesens“ beziehe sich folglich ausschließlich auf die inhaltliche Verständlichkeit der Angaben und nicht auf die optische Darstellung wie beispielsweise die Schriftgröße oder die Position im Text. Bei der Auslegung der Tatbestandsmerkmale „gut lesbar“ sowie „nicht weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft“ sei folglich nicht auf das flüchtige Lesen als Maßstab abzustellen. Sofern die gemäß dieser Verordnung aufgestellten Vorgaben eingehalten werden, dürfte grundsätzlich von der Verständlichkeit auszugehen sein.

Die Begründung überzeugt nicht. Schon der derzeitige Text führt zu erheblichen Verunsicherungen bei den betroffenen Akteuren im Rahmen der konkreten Umsetzung bei der Gestaltung von Werbeanzeigen. Eine Vielzahl aller Abmahnungen und Klagen in Deutschland wegen vermeintlich falscher Umsetzung des Textes liegen hierin begründet.

Auch wenn es scheinbar eine gefestigte Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex geben soll, scheint es gleichwohl sachgerecht, einerseits konkrete Vorgaben für die Gestaltung des Hinweises auf Verbrauch und Emissionen bezüglich Mindestgröße und Platzierung zu formulieren, um andererseits eine Standardisierung zur besseren Auffindbarkeit der Informationen für den Verbraucher zu schaffen. Die nationale Rechtsprechung verlangt in einigen Rechtsgebieten eine Mindestschriftgröße von 6 pt (z.B. in der Heilmittelwerbung oder im Hinblick auf die Darstellung der Fundstellen bei der Werbung mit Testergebnissen). Auch existiert eine Entscheidung bezüglich der Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung in diesem Sinne. Insofern lehnt sich der nachfolgende Vorschlag an diese Rechtsprechung an, wobei wir auch anderen Vorschlägen einer Mindestschriftgröße (z.B. 8 pt) gegenüber aufgeschlossen sind.

Ergänzend sei darauf hingewiesen, dass die meisten gerichtlichen Entscheidungen, in denen Größe und/oder Position des Hinweises Streitgegenstand waren, auf Basis der hier gewählten Formulierung streng nach der EU-Richtlinie 1999/94/EG die Schriftgröße beurteilt haben und in den meisten Fällen zu Ungunsten der Werbetreibenden, die bei der Gestaltung der Werbung oftmals verunsichert waren (s.o.) ausgefallen sind.

Wir schlagen daher eine andere Regelung vor, die etwa wie folgt lauten könnte:

„Die Angaben müssen gut lesbar sein und sich horizontal am unteren Ende der Werbeschrift befinden, bei mehrseitigen Werbeschriften am unteren Ende jeder Seite, auf der Fahrzeugmodelle beworben werden. Die Schriftgröße darf 6 pt nicht unterschreiten.“

Teil II – Elektronische Werbung

Ziffer 2 Satz 1 und 2

Insbesondere Satz 2 ist grundsätzlich zu begrüßen. Hier wird insbesondere die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes (Urteil vom 04.02.2016 – Az. I ZR 181/14) zur Werbung für Fernsehgeräte und dortigen Kennzeichnung aufgegriffen. Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass erst jüngst das OLG Düsseldorf (Urteil vom 06.07.2023 – Az. 20 U 152/22) entschieden hat, dass sogar ein Hinweis, der als wichtige Information im Sinne des § 5 a Abs. 1 UWG anzusehen ist, durch Abdruck eines QR-Codes erfolgen kann. In dem Fall ging es um eine relevante Werbung im Hinblick auf eine Aussage zur Klimaneutralität; danach reicht zur Information über die Umstände der Klimaneutralität der Produktion von Süßwarenprodukten der Abdruck eines QR-Codes, mit Hilfe dessen sämtliche Informationen erreichbar sind. Insofern bietet die im vorliegenden Verordnungsentwurf gewählte 1-Klick-Lösung im Verhältnis zu der Abbildung eines QR-Codes einen leichteren und sichereren Zugang zu den entsprechenden Informationen.

Ob eine Scroll-Technik eine zielführende Lösung bietet, kann nicht ausgeschlossen werden; dann müssten aber zwingend Vorschriften regeln, wo und wie der Hinweis auf Verbrauch und CO₂-Emissionen angebracht werden muss. Ansonsten droht einmal mehr eine Prozesslawine, wie in den vergangenen Jahren, als über die Auslegung der Vorschrift gestritten wurde, die auch im derzeitigen Verordnungsentwurf unter Teil I Ziffer 2 (s.o.) noch 1:1 enthalten ist.

Unabhängig davon nimmt Satz 2 die Regelung aus der derzeit geltenden Pkw-EnVKV auf, wonach die Informationen gleichzeitig in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen müssen, in dem erstmalig Angaben zur Motorisierung, zum Beispiel zu Motorleistung, Hubraum oder Beschleunigung, angezeigt werden. Danach erfolgt die positive Erleichterung, dass die Angaben mit höchstens einem Klick auf eine entsprechende Informationsseite zu erreichen sein müssen. Laut Begründung handelt es sich bei Satz 2 um eine Konkretisierung der Anforderungen nach Satz 1. Aus diesseitiger Sicht wird das Gewollte allerdings nicht deutlich genug. Die 1-Klick-Lösung in Satz 2 wird nach diesseitiger Auffassung durch die Formulierungen in Satz 1 („gleichzeitig in dem Augenblick“) eher ausgeschlossen. Insofern regen wir an, das Gewollte deutlicher zu fassen.

Ziffer 2 Satz 1 und 2 könnte nach alledem aus diesseitiger Sicht insgesamt sinngemäß folgenden Wortlaut erhalten:

„Es ist sicherzustellen, dass dem Werbeempfänger die Informationen nach Nummer 1 Satz 1 zur Kenntnis gelangen, unabhängig davon, ob die Werbung Angaben zur Motorisierung, zum Beispiel zu Motorleistung, Hubraum oder Beschleunigung enthält oder nicht. Die Informationen nach Satz 1 dürfen höchstens mit einem Klick auf eine entsprechende Informationsseite zu erreichen sein.“

Alternativ könnte auch nur Satz 2 etwa wie folgt umformuliert werden:

„Die Vorgaben gemäß Satz 1 gelten als erfüllt, wenn die Angaben mit höchstens einem Klick auf eine entsprechende Informationsseite zu erreichen sind.“

Nach der Begründung muss der Link, mit dem mit einem Klick die Informationsseite erreicht werden kann, deutlich erkennbar sein. Auch muss die Bezeichnung des Links eindeutig gewählt werden, dass dem Werbeempfänger sofort klar ist, dass es sich um den elektronischen Verweis zu den Pflichtangaben handelt. Der Link muss auch hinreichend deutlich präsentiert werden, sodass er die Voraussetzungen analog Teil I Nummer 2 erfüllt. Diese deutlichen Vorgaben lassen sich aus dem Verordnungstext nicht einmal ansatzweise erkennen. Wenn dies so gewollt ist, ist es unabdingbar, konkrete Vorgaben zumindest für die Bezeichnung des Links (ähnlich wie bei den „Kauf-Buttons“) in der Verordnung zu formulieren. Ansonsten ist die nächste Abmahnwelle vorprogrammiert.

Zumindest in der Begründung sollte auch aufgeführt werden, ob eine eigene Schaltfläche erwartet wird oder ob auch ein Hyperlink ausreicht, der durch Anklicken der v.g. Bezeichnung (die noch zu definieren ist) auf die Informationsseite führt.

Bonn, den 28.07.2023