

BVfK-Rechtsabteilung * Bundeskanzlerplatz 5 * 53113 Bonn

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz
Herr Bundesminister [REDACTED]
11019 Berlin

Bonn, 01.03.2024

Vorab per E-Mail / Original per Post
poststelle@bmwk.bund.de
BUERO-IVA5@bmwk.bund.de
[REDACTED]

Pkw-EnVKV – Umstellung von NEFZ auf WLTP

Registernummer: R004381

Unser Zeichen: 2021/116/00013/GI

Sehr geehrter Herr Bundesminister [REDACTED],

bereits mit Schreiben vom 31.01.2024 hatten wir auf einige Missstände hingewiesen, die es Abmahnvereinen erlauben bzw. deutlich erleichtern, Marktteilnehmer, die ausdrücklich gewillt sind, sich an die geltenden Regeln der Energieverbrauchskennzeichnung zu halten, wettbewerbsrechtlich abzumahnern und anschließend mit unverhältnismäßig hohen Konventionalstrafenforderungen zu konfrontieren. Auf dieses Schreiben haben wir bislang keine Rückmeldung erhalten.

Inzwischen ist die Pkw-EnVKV novelliert worden. Damit, dass die Verordnung am Tag nach der Verkündung (22.02.2024) in Kraft tritt (23.03.2024), könnten die Betroffenen umgehen, auch wenn ein so kurzfristiges Inkrafttreten in Anbetracht der jahrelangen Überfälligkeit eher unglücklich erscheint. Die Verordnung sieht schließlich entsprechende Übergangsregelungen vor, die eine Anpassung an die neuen Vorgaben ermöglichen sollen.

Nicht nachzuvollziehen ist jedoch, dass Sie im Rahmen einer Handreichung darauf aufmerksam machen, dass die in § 9 Abs. 1 Pkw-EnVKV geregelte Übergangsfrist für Werbung im Internet wie folgt auszulegen sei:

„Dementsprechend kann bereits im Internet verwendete Werbung noch bis zum 1. Mai 2024 weiterverwendet werden, sofern sie den Anforderungen der bis zum 22. Februar 2024 geltenden Pkw-EnVKV entspricht. Für neue Werbung, d.h. die erstmals nach dem 22. Februar 2024 im Internet verwendet wird, gelten dagegen die Anforderungen der neuen Pkw-EnVKV.“

Dies dürfte nicht nur der Gesetzesbegründung (Drucksache 657/23) widersprechen, in der es heißt: In

„In § 9 Absatz 1 wird geregelt, dass Werbung im Internet noch bis zu drei Monate nach Inkrafttreten der Pkw-EnVKV den Anforderungen der vorherigen Fassung der Pkw-EnVKV entsprechen darf und so lange weiterverwendet werden kann.“

Die in Ihrer Handreichung vorgenommene Differenzierung war vom Gesetzgeber offenbar nicht vorgesehen. Es leuchtet auch überhaupt nicht ein, warum für Online-Werbung, bei der es sich mittlerweile wohl um den entscheidenden Absatzfaktor handeln dürfte, andere Regeln gelten sollten, zumal eine Umsetzung oftmals von der Verfügbarkeit extern beauftragter IT-Unternehmen abhängt und damit nicht von dem einen auf den anderen Tag vollzogen werden kann.

In der Gesetzesbegründung wird daher auch zwischen Bestandswerbung und Online-Archiven unterschieden, die nach der nunmehr gültigen Verordnung nicht anzupassen sind. Allein in diesem Zusammenhang weist der Gesetzgeber auf die zusätzliche Voraussetzung hin, *„dass die Werbung bereits vor dem Inkrafttreten dieser Verordnung geschaltet wurde.“* Daraus dürfte sich der Rückschluss ziehen lassen, dass dieses Erfordernis für sonstige Online-Werbung, die aktiv verwendet wird, gleich ob sie vor dem 22.02.2024 oder danach veröffentlicht wurde bzw. wird, nicht gelten soll.

Wir weisen eindringlich darauf hin, dass Ihre Interpretation der gesetzlich geregelten Übergangsfristen derzeit dazu führt, dass der gesamte Online-Handel mit Kraftfahrzeugen zum Erliegen kommt und unwissentlich nicht den Vorgaben der aktuellen Pkw-EnVKV entspricht, weil eine Umsetzung von dem einen auf den anderen Tag nicht nur logistisch, also insbesondere programmiertechnisch unmöglich ist, sondern auch eine vorherige Auseinandersetzung mit der Materie erforderlich ist, um die geänderten Anforderungen verinnerlichen und richtig umsetzen zu können.

Dass dies nicht funktionieren kann, wird schon dadurch deutlich, dass selbst die großen publikumsstärksten Werbeplattformen keine Anpassung an die neuen Kriterien vornehmen haben können, da allein die Verwaltung der erforderlichen Daten, die per Schnittstelle zu unzähligen anderen Anbietern übertragen werden, massive Probleme bereiten dürfte. Dabei tun sich zahlreiche Fragen auf, die es eigentlich zu klären gilt, bevor eine rechtssichere Bewerbung erfolgen kann, so z.B.:

- Wer stellt den Leitfaden zum Energieverbrauch i.S. d. § 4 zur Verfügung? Haben die Hersteller sich bereits auf eine Stelle geeinigt? Was passiert, wenn nach bisherigem Hinweis noch die DAT als Stelle genannt wird, obwohl diese den Leitfaden nicht mehr bereitstellt?
- Der Begriff „virtueller Verkaufsraum“ wurde aus dem Gesetz entfernt. Ändert dies etwas an der Definition des Anbietens zum Zweck des Fernabsatzes? Bestünde die konkrete Gefahr, dass Online-Börsen wie Autoscout24 oder Mobile.de als virtueller Verkaufsraum betrachtet werden?
- Nach Anlage 4 zu § 5 – dort Teil II – Nr. 2 ist sicherzustellen,

„dass dem Werbeempfänger die Angaben nach Teil I Nummer 1 in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen, in dem ihm erstmals Informationen zur Motorisierung, zum Beispiel zu Motorleistung, Hubraum oder Beschleunigung, angezeigt werden. Die Angabe der CO₂-Klassen sollte in mindestens gleichem Schriftgrad zu den in Satz 1 genannten Informationen gemacht werden. Auch wenn dem Werbeempfänger keine Informationen zur Motorisierung gegeben werden, so müssen ihm die Angaben mitgeteilt werden.“

Aus Letzterem könnte man schließen, dass ohne jegliche Rückschlüsse auf ein spezifisches Modell eine Angabepflicht ausgelöst wird. In welchem Zeitpunkt und an welcher Stelle müssen die erforderlichen Werte in diesem Fall erscheinen?

- In § 3 Abs. 4 S. 1 Nr. 4 (gemäß § 5 Abs. 4 auch auf Werbung anwendbar) wird geregelt, dass die Kennzeichnungspflicht nicht für Fahrzeuge gelte, für die noch keine verbindlichen WLTP-Werte existieren. Laut Gesetzesbegründung betrifft dies z.B. Prototypen, bei denen verbindliche Werte noch ermittelt werden. Die vorläufigen Werte sind dann als solche zu kennzeichnen. Was aber, wenn es sich um ein einige Jahre altes Fahrzeug handelt, für welches keine WLTP, sondern nur NEFZ-Werte existieren und eine WLTP-Messung auch nicht mehr nachgeholt wird? In welcher Form müssen diese Fahrzeuge gekennzeichnet werden, da sie ja als Neufahrzeug im Sinne der Pkw-EnVKV gelten?

Diese Fragen stellen nur einen kleinen Auszug aus dem diesseitig noch zusammenzustellenden Fragenkatalog dar, der in Kürze nachgereicht wird. Sie sollen verdeutlichen, dass eine Umsetzung binnen einer 12-Stunden-Frist – vorausgesetzt, man hat von der Novelle überhaupt Kenntnis erlangt – keinesfalls möglich ist.

Aus Angst, von einem Abmahnverein mit den eingangs benannten Konsequenzen bedroht zu werden, verzichten die meisten Händler derzeit auf die Bewerbung neuer Fahrzeuge, was dem ohnehin schon angeschlagenen Markt den „Todesstoß“ verleihen könnten.

Wir appellieren daher dringend an Sie, die Interpretation der Übergangsfristen nochmalig zu überdenken und klarzustellen, dass die Umsetzungsfrist für Online-Werbung bis zum 01.05.2024 nicht nur für Bestandswerbung, sondern auch für neu zu bewerbende Fahrzeuge gelten soll. Andernfalls steht ein wirtschaftlicher Schaden enormen Ausmaßes zu befürchten, dessen Mitverantwortung Sie aufgrund der vorstehenden Ausführungen nicht zurückweisen können dürften.

Ihrer geschätzten Stellungnahme sehen wir nunmehr kurzfristig, aufgrund der Dringlichkeit spätestens bis zum

08.03.2024

entgegen

Mit freundlichen Grüßen

Matthias Gledler

BVfK-Rechtsabteilung