



Ab 1. Mai 2021: Die neue EU-Reifenlabel-Verordnung – nicht nur für Reifenhersteller

Die Novellierung der Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (Pkw-EnVKV) steht weiterhin aus – das zuständige Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie empfiehlt stattdessen, die WLTP-Werte zusätzlich zu den weiterhin in der Werbung verpflichtend anzugebenden NEFZ-Werten zu nennen, wohl gemerkt, ohne dass es zu einer Irreführung kommt, – da steht schon die nächste Pflichtangabe für Fahrzeuglieferanten und -händler vor der Tür. Ab 1. Mai 2021 müssen nicht mehr nur Reifenlieferanten und -händler, sondern auch Fahrzeuglieferanten und -händler Kunden unter anderem über die Kraftstoffeffizienz, die Nasshaftung und die externen Rollgeräusche von Reifen, die mit dem Neufahrzeug ausgeliefert werden, informieren. Zusätzlich können Angaben über die Schnee- und Eisgriffigkeit gemacht werden. Weitere Informationen soll der Kunde über einen QR-Code abrufen können.

Wann besteht die Informationspflicht?

Beabsichtigen Endnutzer, ein neues Fahrzeug zu erwerben, so sind die Fahrzeuglieferanten und -händler nach Art. 7 der Verordnung (EU) 2020/740 über die Kennzeichnung von Reifen in Bezug auf die Kraftstoffeffizienz und andere wesentliche Parameter verpflichtet, diesen Endnutzern **vor dem Verkauf** die Reifenkennzeichnung der mit dem Fahrzeug angebotenen oder der am Fahrzeug montierten Reifen und das entsprechende technische Werbematerial zur Verfügung zu stellen sowie zu gewährleisten, dass das Produktdatenblatt vorliegt. Nicht erforderlich ist, dass der Kunde zwischen verschiedenen Reifen auswählen kann. Es reicht bereits aus, dass er die Absicht hat, ein neues Fahrzeug zu kaufen, das mit Reifen ausgestattet ist.

Wann eine solche **Kaufabsicht** vorliegt, regelt die Verordnung allerdings nicht. Solange der Kunde seine Kaufabsicht nicht explizit äußert, wird man sie anhand objektiver Kriterien ermitteln müssen. Eine solche ist beispielsweise dann anzunehmen, wenn der Kunde einen Verkaufsraum des Händlers betritt und sich für ein oder mehrere bestimmte Fahrzeuge interessiert. Daher wird der Händler die Pflichtangaben regelmäßig an sämtlichen ausgestellten und zum Verkauf angebotenen Fahrzeugen anbringen müssen. Darüber hinaus wird der Händler die Pflichtinformationen auch für diejenigen Fahrzeuge vor dem Verkauf zur Verfügung stellen müssen, die er den Kunden zum Bestellen anbietet. Insbesondere Preislisten sollten die Informationen enthalten, da bei einer Befassung mit Preisen oftmals eine Kaufabsicht besteht. Um die Informationen an Kunden weitergeben zu können, die den Verkaufsraum besuchen, bietet es sich an, die Informationen in die Fahrzeugbroschüren aufzunehmen, damit sie den Kunden ausgehändigt werden können. Alternativ sollte es auch möglich sein, eine separate Broschüre mit Reifen zur Verfügung zu stellen. In der Werbung auf Plakatwänden, in Zeitungen, in Zeitschriften, in Radio und Fernsehen müssen jedoch keine Angaben gemacht werden.



Die Informationspflicht beschränkt sich aber nicht auf klassische Verkaufsräume, sondern umfasst auch Online-Verkaufsplattformen. Soweit Hersteller/Importeure und Händler Neufahrzeuge online vertreiben, muss die Reifenkennzeichnung als weitere Pflichtinformation in den Verkaufsprozess integriert werden. Aber auch dann, wenn Kunden ihre Kaufentscheidung bereits vor dem Eintreffen im Verkaufsraum treffen, weil sie sich z. B. auf der Webseite des Herstellers/Importeurs oder auf der Website des Händlers informiert haben, sind die Informationspflichten zu erfüllen. Dies betrifft insbesondere Car Configurator, die sich mittlerweile auf den Seiten sämtlicher OEM finden.

Welche Informationen müssen bereitgestellt werden?

Der Fahrzeuglieferant und der Fahrzeughändler müssen das Reifenetikett (siehe Anhang II der EU-Verordnung) und das technische Werbematerial (siehe Anhang IV der EU-Verordnung) bereitstellen. Darüber hinaus müssen der Fahrzeuglieferant und der Fahrzeughändler sicherstellen, dass das Produktdatenblatt (siehe Anhang III der EU-Verordnung) verfügbar ist.

Wenn ein bestimmtes Fahrzeug nur mit einem Reifen angeboten wird (der bislang nicht näher spezifiziert wurde), müssen die Informationen für diesen speziellen Reifen nun bereitgestellt werden. Es ist nicht mehr zulässig, überhaupt keine Angaben für den Reifen zu machen. Hat der Kunde die Wahl zwischen mehreren Reifen, muss er die vorstehenden Informationen für alle verfügbaren Reifen erhalten.

Für die Umsetzung bietet es sich an, das Werbematerial der Reifenhersteller und -lieferanten zu nutzen und an den Kunden weiterzugeben. Dies dürfte der einfachste und kostengünstigste Weg sein, um die Pflichtinformationen der Verordnung inhaltlich einzuhalten.

Im Ergebnis sollten Fahrzeuglieferant und -händler ihre Verkaufsprozesse und Marketingmaterialien analysieren, um im nächsten Schritt sicherzustellen, dass die vollständigen und korrekten Reifenangaben dem Endkunden rechtzeitig zur Verfügung gestellt werden können. Für den klassischen Verkauf über den Ausstellungsraum bedeutet das, dass das entsprechende Informationsmaterial erstellt und gedruckt werden muss. In die Online-Vertriebskanäle müssen die Pflichtangaben integriert werden, was je nach verwendetem System einen erheblichen Programmieraufwand bedeuten kann. In jedem Fall wird man sich als Fahrzeuglieferant und -händler mit dem Thema befassen müssen, sollte man es nicht bereits getan haben.

Ihr Ansprechpartner



Dr. Nicolai Wiegand
Partner, München
+49 89 21038 237
n.wiegand@taylorwessing.com