



Die Novellierung der Pkw-EnVKV kommt doch noch

September 2021

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) hat nun mit deutlicher Verspätung am 11. Juni 2021 einen Referentenentwurf zur Änderung der Pkw-Energieverbrauchs-kennzeichnungsverordnung („Pkw-EnVKV“) vorgelegt. Dieser befindet sich derzeit in der Abstimmung. Entsprechende Stellungnahmen von Ländern und Verbänden finden Sie **hier**. Ob und in welchem Umfang die Anregungen übernommen werden, bleibt derzeit abzuwarten. Der Entwurf bedarf sodann noch der Zustimmung des Bundesrats.

Die Verordnung **tritt** relativ **kurz nach Verkündung in Kraft**, nämlich am ersten Tag des auf die Verkündung folgenden Kalendermonats. Für laufende Werbung sieht die Verordnung immerhin eine **Übergangsregelung** vor. Danach darf **Werbung im Internet** noch **drei Monate** nach Inkrafttreten der Änderungen nach den bisherigen Anforderungen der Pkw-EnVKV verwendet werden. Für klassische **Werbeschriften** beträgt der Zeitraum der Weiterverwendung **fünf Monate**. Die Darstellung in den Verkaufsräumen der Händler muss jedoch zeitnah an die neuen Vorgaben angepasst werden.

Um von den ggf. erforderlichen Änderungen nicht völlig überrumpelt zu werden, bietet es sich an, sich mit dem aktuellen Stand bereits jetzt vertraut zu machen.

Hinweispflichten für Print- und Online-Werbung werden ausgeweitet

Mit der Änderung der Pkw-EnVKV gehören die NEFZ-Angaben der Vergangenheit an und Hersteller sowie Händler müssen in der Verbrauchskennzeichnung in ihren Verkaufsräumen und in der Werbung die WLTP-Angaben verwenden. Dabei handelt es sich um einen überfälligen Schritt, nachdem z.B. für die Berechnung der Kfz-Steuer bereits seit langem die WLTP-Werte zu Grunde gelegt werden.

Für den Bereich der **Werbung** für neue Personenkraftwagen wird weiterhin zwischen Werbeschriften und Online-Werbung unterschieden. Erfreulich ist zunächst, dass neue Personenkraftwagen definiert werden. Danach ist ein Personenkraftwagen „neu“, der (1) typgenehmigt ist und (2) in dem Zeitpunkt, in dem er vom Hersteller oder Händler zum Verkauf oder zum Leasing angeboten, ausgestellt oder beworben wird, (a) entweder noch nicht länger als acht Monate zur Nutzung im öffentlichen Straßenverkehr zugelassen ist oder (b) einen Kilometerstand von weniger als 1.000 Kilometer aufweist. Zudem ist klargestellt, dass fahrzeugbezogene technische Dokumente (wie etwa technische Anleitungen, Handbücher und Reparaturleitfäden) oder Druckschriften, die fahrzeugbezogenes Zubehör betreffen, keine Werbeschriften sind.

Vorgaben für Printwerbung

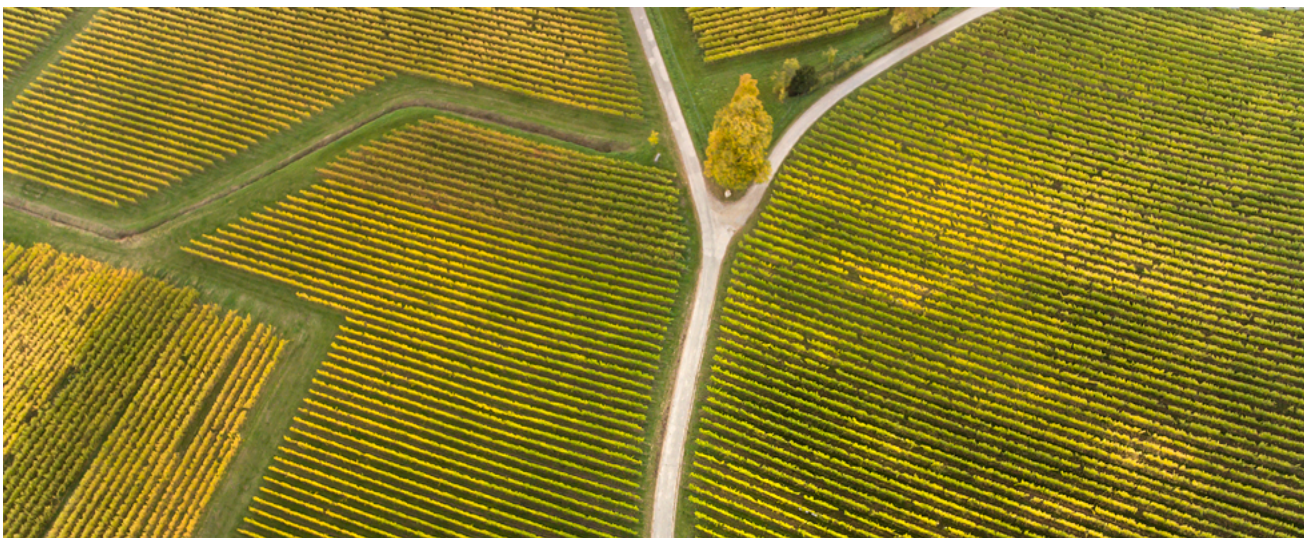
Bei **Werbeschriften** ist nur noch der kombinierte Verbrauchswert anzugeben (bei extern aufladbaren Hybridelektrofahrzeugen stattdessen der gewichtet kombinierte Wert für Kraftstoff- und Stromverbrauch). Die Differenzierung nach innerorts und außerorts sowie kombiniert wurde aufgehoben. Für die CO₂-Emission ist weiterhin der kombinierte Wert anzugeben. Neu ist die elektrische Reichweite für Elektrofahrzeuge. Wird für mehrere Modelle geworben, so sind weiterhin entweder die Werte für jedes einzelne der aufgeführten Modelle anzuführen oder die Spannbreiten zwischen den jeweils höchsten und niedrigsten der Werte anzugeben.

Der Gesetzgeber macht erstmals konkrete Angaben zur Gestaltung der Hinweise. Diese 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. Ein Verweis auf Angaben, die sich auf einer anderen Seite einer mehrseitigen Werbeschrift befinden, ist nicht ausreichend. Der Schriftgrad darf **9 pt** nicht unterschreiten. Damit hat sich der Gesetzgeber von der unklaren Forderung verabschiedet, wonach die Pflichtangaben nicht weniger hervorgehoben sein durften als der Hauptteil der Werbebotschaft. Das Erfordernis, die CO₂-Effizienzklasse in Katalogen anzugeben, wurde gestrichen. Neu ist jedoch die Pflicht, einen **Hinweis** aufzunehmen, dass unter der Internetadresse <https://www.dat.de/co2/> der **Leitfaden** über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen abgerufen werden kann. Die konkrete Formulierung des Hinweises ist nicht vorgegeben.

Vorgaben für Online-Werbung

Die Definition von **Online-Werbung** wird ausdrücklich auf Werbung in sozialen Medien, Online-Videoportalen und Online-Verkaufsportalen erweitert, wobei die Verordnung damit nur die aktuelle Rechtsprechung widerspiegelt.

Bei Online-Werbung treffen den Werbenden zunächst die identischen Hinweispflichten wie bereits für Werbeschriften. Erleichtert wird die Werbung insoweit, als dass für den Hinweis auf den **DAT-Leitfaden** nicht mehr die vom Gesetzgeber vorgegebene lange Formulierung, sondern eine kürzere verwendet werden kann. Der Hinweis auf die Verbrauchswerte, Emissionen und Reichweite ist weiterhin in dem Augenblick zu machen, in dem erstmalig Angaben zur Motorisierung gemacht werden.



Erfolgt die Werbung durch einen **Video-Clip** (z. B. YouTube), so ist sicherzustellen, dass die Informationen **während der gesamten Laufzeit** des Video-Clips so eingeblendet werden, dass sie gut lesbar sind. Ein Anzeigen lediglich zu Beginn oder am Ende des Videos ist danach nicht mehr zulässig. Kritisch ist auch die Angabe außerhalb des Videos. Da für bestehende Werbevideos lediglich eine Übergangsfrist gelten soll, müssten diese an die neuen Vorgaben angepasst werden. Hier wird man sich insbesondere Gedanken für bereits hergestellte Videos, die auch nach Ablauf der Übergangszeit im Kanal zum Abruf bereitgehalten werden, machen müssen. Für die Nutzung von **Kurznachrichtendienste** gelten die Vorgaben nur, wenn Bilder und Videos verwendet werden.

Besonderheiten bei Online-Verkaufsplattformen und Car Configurator

Für Online-Verkaufsplattformen und Car Configuratoren gelten weiterhin zusätzliche Pflichtangaben. Die Angabe der CO₂-Effizienzklasse einschließlich grafischer Darstellung ist zwar weggefallen. Dafür müssen zusätzlich zu den ohnehin in der Online-Werbung zu machenden Angaben Hinweise auf die Marke, Handelsbezeichnung, Antriebsart, Masse des Fahrzeugs, Kraftstoff und andere Energieträger (Wasserstoff, Strom), Energiekosten, aktuelle Kfz-Steuer sowie der Kraftstoffverbrauch innerstädtisch, Stadtrand, Landstraße und Autobahn gemacht werden. Es handelt sich hierbei um die Pflichtinformationen des Formblatts des Händlers, das dieser in seinem Showroom am oder zumindest in unmittelbarer Nähe zum ausgestellten Fahrzeug anbringen muss.

Mehr Transparenz auch bei ausgestellten Fahrzeugen erforderlich

Wer neue Personenkraftwagen ausstellt (z. B. Messe) oder zum Kauf oder Leasing anbietet (Showroom), treffen – wie schon bisher – Hinweispflichten am **Verkaufsort**. Zunächst muss ein **Hinweis** in Gestalt eines vom Gesetzgeber konkret vorgegebenen Formblatts am oder zumindest in unmittelbarer Nähe zum ausgestellten Fahrzeug angebracht werden. Der **Inhalt des Formblatts** hat sich **geändert**. Neben den neuen Energieträgern, den Energiekosten und der Reichweite bei Elektrofahrzeugen hat sich auch die Aufteilung von innerorts und außerorts in innerstädtisch, Stadtrand, Landstraße und Autobahn geändert, was der WLTP-Prüfphasen „*Niedrig/Mittel/Hoch/Höchstwert*“ entspricht. Sollte der Händler die Rad-Reifen-Kombination am Fahrzeug ändern, ist er zudem verpflichtet, die Angaben anzupassen. Das Formblatt enthält keine farbige Darstellung der Effizienzklassen mehr. Diese wurde gestrichen. Die beabsichtigte Abschaffung dieser Farbskala ist auch insofern erstaunlich, als die EU erst mit der EU-Verordnung 2020/740 im Anhang II eine ähnliche Darstellung für das Reifenlabel vorsieht. Hierzu haben wir schon **berichtet**. Es bleibt zu beobachten, ob sich diese geplante Änderung der Pkw-EnVKV halten wird. Ein schwarz-weiß Ausdruck ist daher zukünftig ausreichend. Es muss allerdings die Vorlage des Gesetzgebers verwendet werden, woraus sich auch der Pflichtinhalt ergibt. Dies wird einen entsprechenden Design-/Programmieraufwand verursachen. Zusätzlich zu dem Hinweis muss am Verkaufsort ein **Aushang** deutlich sichtbar angebracht werden, der die Werte – soweit jeweils einschlägig – des Kraftstoffverbrauchs, der CO₂-Emissionen, der Energiekosten, des Strom- und Wasserstoffverbrauchs sowie der elektrischen Reichweite aller Modelle neuer Personenkraftwagen enthält, die am Verkaufsort ausgestellt oder am Verkaufsort oder über diesen Verkaufsort zum Kauf oder Leasing angeboten werden.

Erstmalig auch ausdrückliches Verbot, Verbrauchs- und Emissionswerte anzugeben

Bei **gebrauchten Personenkraftwagen** und bei Personenkraftwagen, für die noch **keine EG-Typgenehmigung** vorliegt, sind der Hinweis und die Aufnahme in den Aushang hingegen **verboten**. Bei Personenkraftwagen, die noch nicht zum Verkauf an den Endkunden angeboten werden, aber bereits vorgestellt oder beworben werden (etwa **Studien, Prototypen** und **noch nicht geprüfte Messeneuheiten**), besteht ebenfalls keine Pflicht zu einem Hinweis und der Aufnahme in den Aushang. Dies kann jedoch **freiwillig** mit vorläufigen Werten erfolgen. Hierauf ist dann aber hinzuweisen. Unklar ist, wie sich diese Regelungen auf die Bewerbung derartiger Personenkraftwagen auswirken. Die Regelung zur Werbung macht hierzu keine expliziten Ausführungen. Da es sich hierbei aber um keine neuen Personenkraftwagen handelt, werden z. B. nicht-typgenehmigte Personenkraftwagen ausgenommen.

Haben Sie Fragen zur konkreten Umsetzung, sprechen Sie uns gerne an.



Ihr Ansprechpartner

Dr. Nicolai Wiegand

Partner, München

+49 89 21038-237

n.wiegand@taylorwessing.com