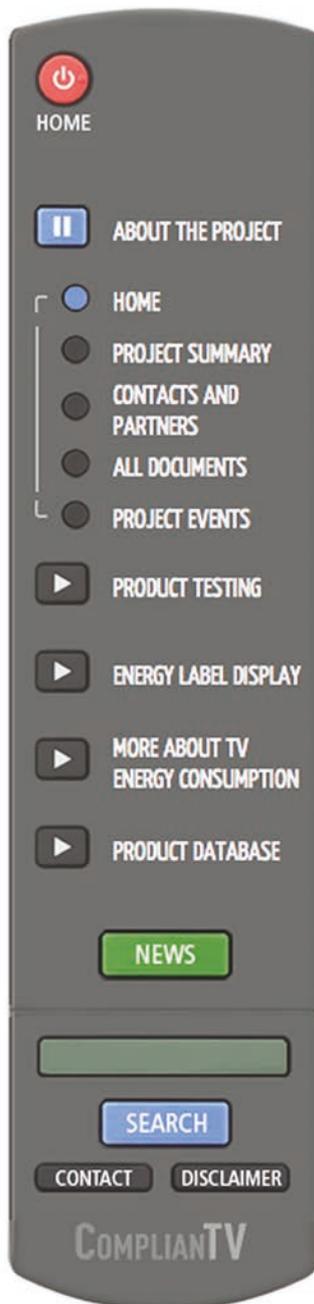


# COMPLIANTTV



Compliance of TVs  
with Energy Label and Ecodesign Requirements



## Leitfaden für Shop-Inspektionen in Geschäften und Onlineshops

Herausgeber: Federführende Organisation:  
Austrian Energy Agency (AEA)

Hauptautor:  
DI Alban Burgholzer, AEA, Österreich

Projektkoordinator:  
Shailendra Mudgal, BIO Intelligence Service/Deloitte,  
Frankreich



Co-funded by the Intelligent Energy Europe  
Programme of the European Union

# Inhalt

2 |

1.	Einleitung.....	3
2.	Gesetzliche Rahmenbestimmungen .....	4
3.	Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung..	7
3.1	Ladenauswahlstrategie für Kontrollen in Geschäften.....	7
3.2	Durchführung der Kontrollen in Geschäften.....	8
3.3	Best-Practice-Beispiel.....	14
4.	Kontrollen in Online-Shops – Planung & Durchführung .	17
4.1	Auswahlstrategien für Online-Shops .....	17
4.2	Durchführung von Kontrollen in Online-Shops .....	18
4.3	Best-Practice-Beispiel.....	20
5.	Beispiele von inkorrekt dargestellten Energielabels...	23
	Über ComplianTV .....	26
	Kontaktdaten.....	27

# 1. Einleitung

3 |

Fernsehgeräte spielen eine wichtige Rolle im Rahmen des EU Energielabelling - eine der wesentlichen strategischen Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs in privaten Haushalten - mit dem Ziel, mehr energieeffiziente Haushaltsgeräte auf dem Markt zu haben.

Energielabellinganforderungen für Fernsehgeräte traten Ende 2010 mit der Verordnung Nr. 1062/2010 in Kraft. Die damit eingeführten Labels liefern Angaben zur Energieeffizienz über eine A/G Skala. Ursprünglich war geplant, die Skala bis 2010 allmählich zu einer A+++ /D Skala übergehen zu lassen, um so die vorweggenommene positive Entwicklung des TV-Markts widerzuspiegeln. Es sei jedoch angemerkt, dass die Diskussion über eine mögliche umfassende Revision der Energieklassen und des EU Etikettierungsschemas selbst andauert.

Der Sinn und Zweck eines Energielabellings für Produkte besteht darin, eine transparente und voll vergleichbare Information über den Energieverbrauch, die Effizienz und andere ausgewählte Leistungsmerkmale bereitzustellen. Das Energielabel ist den Verbrauchern an den Verkaufsstellen verfügbar zu machen, um sie so in die Lage zu versetzen, besser fundierte Kaufentscheidungen zu treffen.

Das mit EU Mitteln geförderte Projekt ComplianTV hat die Umsetzung der Energielabellingverordnung für Fernsehgeräte über zufällige Kontrollen in Geschäften und Online-Shops in mehreren Mitgliedsländern einer Bewertung unterzogen. Zudem wurde in Labortests bewertet, ob die Fernsehgeräte die Ökodesign- und Energielabellingverordnung einhalten. Fälle von Nichteinhaltungen wurden den Großhändlern / Herstellern zur Nachbesserung zurückgemeldet. Schließlich wurden die zuständigen Marktüberwachungsbehörden über das Gesamtergebnis der Prüfungen und Erhebungen informiert. Im Rahmen des Projekts wurden ebenso Dokumente ausgearbeitet und Veranstaltungen organisiert, um die Hersteller als auch die Einzelhändler bezüglich der Vorgaben der Energielabelling- und Ökodesignverordnung anzuleiten.

Der vorliegende Bericht präsentiert die bei Shop-Inspektionen im Rahmen von ComplianTV gewonnenen Erkenntnisse und liefert den Marktüberwachungsbehörden und anderen Organisationen, die potentiell Inspektionen bei Großhändlern durchführen, Anleitung und Feedback. Weiterhin wird darauf hingewiesen, dass das vorliegende Dokument Angaben zu neuen Energielabellinganforderungen für im Internet verkaufte Fernsehgeräte enthält (delegierte Verordnung der Kommission (EU) Nr. 518/2014).

## 2. Gesetzliche Rahmenbestimmungen

4 |

Die Gesetzesanforderungen zur Darstellung von Energielabels an Fernsehgeräten sind in der delegierten Verordnung der Kommission Nr. 1062/2010 und der delegierten Verordnung der Kommission Nr. 518/2014 spezifiziert.

Tabelle 1 zeigt einen Auszug aus der delegierten Verordnung der Kommission Nr. 1062/2010 Energielabelling an Fernsehgeräten. Darin enthalten sind detaillierte Angaben, wie die Energielabels in den Geschäften darzustellen sind. Es wird unterschieden zwischen Fällen, in denen Fernsehgeräte direkt in der Verkaufsstelle sichtbar sind (Artikel 4(a) der delegierten Verordnung der Kommission (EU) 1062/2010) und Fällen, in denen „der Endverbraucher“ nicht erwarten kann, das Fernsehgerät ausgestellt zu sehen“ (Artikel 4(b)).

### Tabelle 1 - Auszug aus der delegierten Verordnung der Kommission (EU) Nr. 1062/2010 Energielabelling an Fernsehgeräten

#### Artikel 4 – Zuständigkeit der Händler

Seitens der Händler ist sicherzustellen, dass

(a) jedes Fernsehgerät am Verkaufspunkt das vom Lieferanten entsprechend Artikel 3(1) bereitgestellte Label vorne am Fernsehgerät in einer deutlich sichtbaren Art und Weise aufweist;

(b) in Fällen, in denen der Endverbraucher nicht erwarten kann, die zum Verkauf, zur Vermietung oder zum Mietkauf angebotenen Fernsehgeräte ausgestellt zu sehen, werden die Geräte mit den vom Lieferanten gemäß Annex VI zu liefernden Angaben vermarktet;

(c) jede Werbung für ein bestimmtes Fernsehmodell weist die Energieeffizienzklasse aus, wenn die Werbung energierelevante Angaben oder Preisinformationen offenbart;

(d) jedes werbetechnische Material für ein spezielles Fernsehmodell, das spezifisch technische Parameter beschreibt, enthält die Energieeffizienzklasse dieses Modells.

#### Annex VI

Bereitzustellende Information in Fällen, in denen der Endverbraucher nicht erwarten kann, das Produkt ausgestellt zu sehen, sind

1. Informationen, auf die in Artikel 4(b) Bezug genommen wird, sind in der folgenden Reihenfolge aufzuführen:

(a) die Energieeffizienzklasse des Modells, wie in Annex I definiert;

(b) der Stromverbrauch in eingeschaltetem Zustand, wie unter Punkt 1 von Annex II genannt;

(c) der Jahresstromverbrauch entsprechend Punkt 2 von Annex II;

(d) die sichtbare Schirmdiagonale.

[...]

Weiterhin unterliegen im Internet zum Verkauf angebotene Fernsehgeräte der delegierten Verordnung der Kommission Nr. 518/2014, einer Abänderung der delegierten Verordnung der Kommission Nr. 1062/2010. Sie trat am 1. Januar



## 2. Gesetzliche Rahmenbestimmungen

5 |

2015 in Kraft und gilt nur für Produkte mit neuen Modellbezeichnungen, die nach dem 1. Januar 2015 auf den Markt kamen (für laufende Modelle - Modellbezeichnungen, die vor dem 1. Januar 2015 auf den Markt kamen - gelten nur die oben in Tabelle 1 aufgeführten Forderungen). Tabelle 2 zeigt einen Auszug dieser Verordnung.

### Tabelle 2 – Auszug aus der delegierten Verordnung der Kommission (EU) Nr. 518/2014 Energielabelling an Fernsehgeräten im Internet

#### Annex IX – Bereitzustellende Informationen im Fall von Verkauf, Vermietung oder Mietkauf über das Internet

(2) Das dazugehörige Label [...] ist [...] in der Nähe des Produktpreises zu zeigen [...]. Die Größe ist so zu wählen, dass das Label gut sichtbar und lesbar ist [...]. Bei der Darstellung ist eine ineinander geschachtelte Darstellung möglich [...]. Bei Verwendung einer ineinander geschachtelten Darstellung soll das Label beim ersten Mausklick bzw. beim ersten Rollen des Mousrades oder einer taktilen Bildschirmvergrößerung auf dem Bild erscheinen.

(3) Das im Fall der ineinander geschachtelten Darstellung für den Labelzugang genutzte Bild soll:  
(a) ein Pfeil sein in der Farbe entsprechend der Energieeffizienzklasse des Produktes auf dem Label;  
(b) auf dem Pfeil die Energieeffizienzklasse des Produktes in weiß anzeigen in einer Schriftgröße entsprechend der Preisangabe;  
[...]

(4) Im Fall der ineinander geschachtelten Darstellung soll die Darstellungsabfolge der Labels wie folgt sein:

(a) das unter Punkt 3 angesprochene Bild [...] ist in der Nähe des Produktpreises zu zeigen;  
(b) das Bild soll den Link zum Label herstellen;  
(c) das Label soll auf Mausklick, Rollen des Mousrades oder taktile Bildschirmvergrößerung angezeigt werden [...]

(d) das Label soll als Pop-up, neuer Tab, neue Seite oder Inset-Bildschirmanzeige angezeigt werden;

(e) für die Vergrößerung des Labels auf taktilen Bildschirmen sollen die Gerätekonventionen für taktile Vergrößerung gelten;

(f) die Label-Anzeige soll beendet werden über eine Schließen-Option oder einen anderes Standard-Schließverfahren;

(g) Die Textalternative für die Grafik [...] soll die Energieeffizienzklasse des Produktes sein in einer Schriftgröße entsprechend der Preisangabe.

(5) Das dazugehörige von den Lieferanten zur Verfügung gestellte Produktblatt [...] ist in der Anzeige in der Nähe des Produktpreises zu zeigen. Die Größe ist so zu wählen, dass das Produktblatt gut sichtbar und lesbar ist. Das Produktblatt kann in einer ineinander geschachtelten Darstellung gezeigt werden, wobei der Zugangslink zum Blatt den gut lesbaren Hinweis „Produktblatt“ aufweisen soll. Bei Verwendung der ineinander geschachtelten Darstellung soll das Produktblatt beim ersten Mausklick bzw. beim ersten Rollen des Mousrades oder taktilen Bildschirmvergrößerung auf dem Link erscheinen.

Die angeführte Verordnung legt auch die sichtbare Erscheinung des Energielabels (Annex V) fest. Aufgrund des in den nächsten Jahren zu



## 2. Gesetzliche Rahmenbestimmungen

6

erwartenden technischen Fortschritts war ursprünglich vorgesehen, die angezeigten Energieeffizienzklassen auf dem Label im Laufe der Zeit von A bis G im Jahr 2011, zu A+++ bis D im Jahr 2020 (siehe Abbildung 1) abzuändern. Hersteller haben auch die Möglichkeit, die Labels der höheren Klassen freiwillig früher in Betracht zu ziehen.

Die Diskussion geht jedoch in Richtung einer grundlegenden Überarbeitung des Etikettierungsschemas. Das letztendliche Resultat dieses Prozesses liegt zum heutigen Zeitpunkt noch nicht vor, Ziel ist es jedoch, die Lesbarkeit und Benutzerfreundlichkeit des Labels zu verbessern.

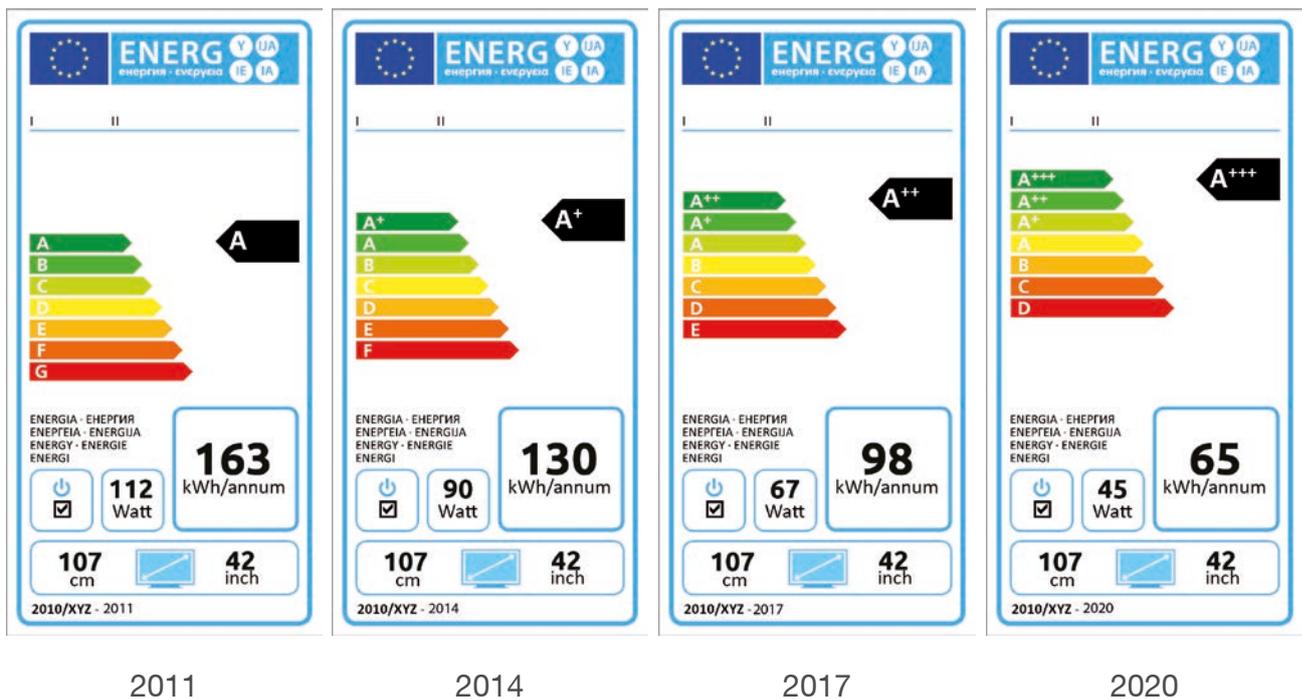


Abbildung 1 – Visuelle Erscheinung von Energielabeln für Fernsehgeräte mit progressiver Einführung von höheren Energieklassen. (Unter dem Label ist das jeweilige Jahr angegeben, in dem das entsprechende Label in Kraft tritt und seine Verwendung zwingend wird).

# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

7 |

Der vorliegende Abschnitt enthält Richtlinien für Prüfkampagnen in Geschäften. Dies beinhaltet unterschiedliche mögliche Auswahlstrategien für Geschäfte (Abschnitt 3.1), die Shop-Inspektion selbst und Forderungen für eine zweckmäßige Datenhandhabung und -verarbeitung (Abschnitt 3.2). Schließlich wird ein Best-Practice-Beispiel aus CompliantTV vorgestellt (Abschnitt 3.3).

## 3.1 Ladenauswahlstrategie für Kontrollen in Geschäften

Die Auswahl von Läden ist eine Schlüsselkomponente bei der Planung der Shop-Inspektionen. Unterschiedliche Strategien können hierbei Anwendung finden, je nach Zielsetzung der Erhebung, dem spezifischen Zweck und den verfügbaren Ressourcen. Die Durchführung von Shop-Inspektionen kann, je nach dem Erhebungsumfang (Anzahl, Standort und Größe der zu kontrollierenden Läden), sehr zeitraubend sein. Konsequenterweise sollte ausreichend Zeit für diese Aufgabe eingeplant werden. Ein elektronisches Superlager hat mehrere hundert Einheiten Fernsehgeräte zeitgleich in der Anzeige. Die Prüfung der Energielabels all dieser Einheiten in einem Geschäft kann mehrere Stunden in Anspruch nehmen. Zudem sollte Extrazeit eingeplant werden für die Zurücklegung der Strecken zwischen den Läden.

Mögliche Auswahlstrategien sind im Wesentlichen:

### ■ Prüfen von Läden, die die Marktsituation abbilden hinsichtlich typischer Geschäftsart und -größe

Die gesammelten Daten repräsentieren alle Facetten des beobachteten Markts. Eine große Bandbreite von unterschiedlichen Geschäftstypen (z.B. Elektronik-Supermärkte, Elektronik-Fachmärkte, Kaufhäuser, Supermärkte usw.) sind zu prüfen.

### ■ Prüfen von Läden, die den Löwenanteil des Markts ausmachen

Die gesammelten Daten repräsentieren die Masse der auf dem beobachteten Markt verfügbaren Fernsehgerätemodelle. Meistens sind hier Elektronik-Supermärkte und Elektronik-Einzelhandelsketten zu prüfen.



# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

8 |

- Prüfen von Läden mit der größten Wahrscheinlichkeit auf Versäumnisse zu stoßen (Läden mit wiederholten Verstößen bzw. die mit Beschwerden zu tun haben)

Die gesammelten Daten repräsentieren diejenigen Marktanteile, die den dringendsten Handlungsbedarf haben.

- Prüfen von Läden in einem geographisch genau umrissenen Bereich des beobachteten Marktes

Die gesammelten Daten sind für die beobachtete Region geographisch repräsentativ. Läden einer großen Bandbreite von unterschiedlichen Städten / Standorten sind zu prüfen.

## 3.2 Durchführung der Kontrollen in Geschäften

Mehrere Erfolgsfaktoren sind für effektive und effiziente Kontrollbesuche in Ladengeschäften wichtig. In diesem Abschnitt werden einige Schlüsselemente zur Durchführung von Kontrollen vorgestellt.

- Nachweisführung geprüfter Fernsehgeräte

Aufgrund der großen Anzahl von Fernsehgeräten, die bei Prüfungen in Läden ausgestellt sein können, ist es wesentlich, einen Nachweis über die geprüften Geräte zu führen. Es wird nahegelegt, eine Berichtsvorlage zum Sammeln der Daten zu entwickeln. Die Vorlage soll die Angaben über die Shop-Inspektion selbst (Name und Anschrift des Ladens, Zeit und Datum der Prüfung, Ladentyp) enthalten sowie Angaben zu den geprüften Fernsehgeräten (z.B. Modelle und Marken, Anzahl der geprüften Fernsehgeräte – Modelle bzw. Einheiten, Anzahl der konform/nicht-konform-geprüften Geräte, Art der Etikettierungsfehler). Die Vorlage ist ein wesentliches Hilfsmittel, um den Nachweis über geprüfte Fernsehgeräte zu führen, aber auch um die Prüfungsdurchführung zu dokumentieren. Dies stellt die Nachverfolgbarkeit sicher und verleiht den Prüfergebnissen mehr Aussagekraft.

Ein Bildschirmabdruck einer Vorlage zum Datensammeln in Geschäften, wie er für CompliantTV eingesetzt wurde, ist in dem Best-Practice-Beispiel zu finden (Abschnitt 3.3).

Die eigentliche Ausführung der Shop-Inspektionen hängt vom Umfang und der hauptsächlichen Zielsetzung der Prüfungen ab.



# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

9 |

## ► Konformitätsbeurteilung

Bei der Prüfung der Energielabels an in der Verkaufsstelle ausgestellten Fernsehgeräten wird unterschieden zwischen verpackten und unverpackten Geräten. Diese Unterscheidung bezieht sich auf typische Szenarien, wo mitunter eine große Anzahl von verpackten Fernsehgeräten eines bestimmten Modells vorgefunden wird. Drei unterschiedliche Szenarien werden abgebildet zur Erklärung, wie die Energielabels an verpackten Fernsehgeräten korrekterweise geprüft werden (siehe auch das Erklärungsschema in Tabelle 3).

- **Szenario 1:** Im Fall, dass eine große Anzahl von verpackten Fernsehgeräten mit einer unverpackten und voll etikettierten Einheit vorliegt, sind alle verpackten Geräte (gleiches Modell / Modellnr.) als korrekt etikettiert zu dokumentieren. Die Gesetzgebung sieht eindeutig vor, dass jede ausgestellte und zum Verkauf angebotene Produkteinheit mit einem Energielabel versehen sein muss (siehe auch die FAQ in der Verordnung der Europäischen Kommission zum Energielabelling): [https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/EC\\_FAQ\\_EL\\_2015-1\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/EC_FAQ_EL_2015-1_0.pdf)). Im Rahmen von CompliantTV wurde jedoch entschieden, verpackte Geräte als konform zu bewerten, wenn ein Ausstellungsstück mit korrektem Label vorliegt. Diese Auslegung steht in Einklang mit der berücksichtigten Praxis von anderen konformitätsbeurteilenden Körperschaften.
- **Szenario 2:** Im Fall, dass das unverpackt ausgestellte Fernsehgerät mit einem Preis versehen ist, jedoch ohne Energielabel, so ist es als nicht-konform zu klassifizieren. In der Tat sollte das Gerät am Verkaufspunkt etikettiert sein – entsprechend dem Hinweis separat ausgepreist.
- **Szenario 3:** Im Fall, dass nur verpackte Fernsehgeräte ohne ein einzelnes unverpacktes Fernsehgerät in einem Laden ausgestellt sind, ist das ausgepreiste Fernsehgerät zu prüfen. Wenn das Label auf die Verpackung gedruckt ist, sind alle Geräte so aufzustellen, dass das Label leicht lesbar ist. Ähnlich wie in Szenario 1, hat CompliantTV verpackte Geräte als konform betrachtet, wenn ein Ausstellungsstück korrekt etikettiert war (siehe auch die FAQ in der Verordnung der Europäischen Kommission zum Energielabelling): [https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/EC\\_FAQ\\_EL\\_2015-1\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/EC_FAQ_EL_2015-1_0.pdf).



# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

10 |

Tabelle 3 – Schematische Darstellung der Szenarios der Prüfung von unverpackten/verpackten Fernsehgeräten und der Vergleich von Modell / Einheit (CompliantTV Ansatz)

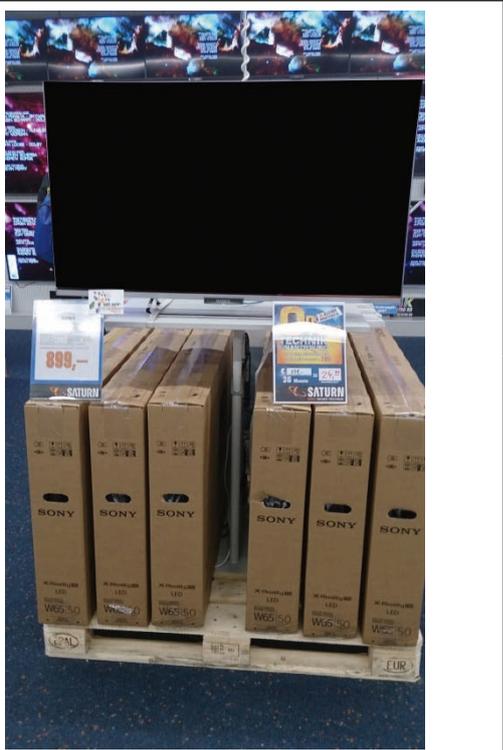
			
Beschreibung	Ausstellungsgerät (unverpackt oben auf) trägt korrektes Label, verpackte Geräte nicht. <b>Szenario 1</b>	Ausstellungsgerät (unverpackt oben auf) trägt kein Label <b>Szenario 2</b>	Ausstellungsgerät (verpackt links) trägt korrektes Label, die anderen verpackten Geräte nicht <b>Szenario 3</b>
Konformitätsstatus	Alle verpackten & unverpackten konform	Alle verpackten & unverpackten nicht-konform	Alle verpackten konform

# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

## ➤ Zählweise

Unterschiedliche Zählweisen erscheinen geeignet für das Zählen von konformen bzw. nicht-konformen Einheiten von Fernsehgeräten: Wenn es darum geht, die Konformität der Einzelhändler mit der EU-Etikettierungsvorgabe zu prüfen, muss jedes Fernsehgerät klar sichtbar ein Etikett aufweisen (auch wenn das Fernsehgerät noch verpackt ist). Dieser Ansatz stellt sicher, dass jede zum Verkauf stehende Einheit des Fernsehgeräts geprüft wird. Demgegenüber kann ein Laden geprüft werden, indem jedes zum Verkauf stehende Modell geprüft wird. Dieser Ansatz ist sehr zeiteffektiv, da verpackte Fernsehgeräte oft in Mehrfach-Einheiten zum Verkauf angeboten werden. Eine Kombination beider Ansätze zeigt, ob Modelle mit zum Verkauf angebotenen Mehrfach-Einheiten mehr oder weniger konform sind als Modelle mit nur einzelnen zum Verkauf angebotenen Einheiten. Eine Kombination beider Ansätze wird daher sehr genaue und umfassende Ergebnisse liefern.

Tabelle 4 – Schematische Darstellung der Zählweisen der zu prüfenden Fernsehgeräte am Verkaufspunkt

<p><b>Modell-Ansatz:</b> 1 Modell zu zählen</p>	
<p><b>Einheiten-Ansatz:</b> 7 Einheiten zu zählen</p>	



# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

12 |

Ein weiterer entscheidender Punkt bei der Durchführung von Shop-Inspektionen und der Berichterstattung ist die Definition von Fehlerkategorien. Für die Prüfung der Energielabels an Fernsehgeräten wird empfohlen, mindestens vier unterschiedliche Fehlerkategorien anzuwenden (“fehlendes Etikett”, “Format”, “nicht sichtbar”, “nicht zutreffend“, wie weiter unten näher beschrieben). Damit wird eine genaue Identifizierung der Fehler sichergestellt und die Einzelhändler werden ermutigt, die Umsetzung ihrer Etikettierung zu verbessern.

## ■ Während der Shop-Inspektionen zu sammelnde und zu prüfende Informationen

### a) Allgemeine Prüfdaten

- Prüfdatum und -zeit
- Name des Ladens
- Ladenanschrift
- Ladentyp
- Name und Organisation des Prüfers

### b) Spezifische Angaben zum Fernsehgerät

- Hersteller / Marke
- Modellnummer
- Anzahl der Einheiten (unverpackt, verpackt)
- Konformität des Energielabellings

## ■ Fehlerkategorien

Für die Überprüfung der Energielabels an Fernsehgeräten ist es ratsam, die folgenden Kategorien für Etikettierungsfehler bzw. Nichtkonformität zu definieren:

**Fehlendes Etikett:** Kein Energielabel ist am Fernsehgerät in der Verkaufsstelle vorhanden.

**Format:** Das Label entspricht in Farbe, Größe oder Format nicht den Anforderungen der Verordnung (z.B. schwarz-weißes Label, unvollständiges oder beschädigtes Label, Label enthält nicht alle Informationen).

**Nicht sichtbar:** Das Label mag am Verkaufspunkt vorhanden sein, ist aber nicht deutlich sichtbar (z.B. überdeckt durch andere Labels oder Preisanhänger, hinten am Fernseher angebracht, verdeckt durch andere ausgestellte Fernsehgeräte).



# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

13 |

**Nicht zutreffend:** Das vorhandene Label entspricht nicht dem Fernsehgerät, an das es angebracht ist (z. B. Abweichungen bei der Marke oder Modellnummer des Geräts, Label zwischen zwei unterschiedlichen Geräten angeordnet).

## ► Verfahren zur Auswahl von Fernsehgeräten zur Prüfung

**Umfassender Ansatz:** Die Prüfung von allen in einem Laden ausgestellten Fernsehgeräten gestattet signifikante Daten im Rahmen der Erhebung und spiegelt genau die Etikettierungssituation wieder. Dieser Ansatz ist allerdings sehr zeit- und ressourcenintensiv, da einige Läden eine große Anzahl von Fernsehgeräten ausstellen. In einem solchen Fall bedeutet die Nachweisführung für jedes einzelne Fernsehgerät und jeden Etikettierungsfehler, dass möglicherweise mehrere hundert Fernsehgeräte geprüft werden.

**Willkürlich ausgewählte Modelle:** Die willkürliche Auswahl von Proben kann hilfreich sein für begrenzte Erhebungen in Läden.

Je nach Umfang der Erhebung kann dieses Verfahren eine mögliche Option sein. Bei der Prüfung von Läden mit einer sehr hohen Anzahl von ausgestellten Fernsehgeräten kann die Prüfung einer gewissen Anzahl von Modellen sinnvoll sein, um die Gesamtetikettierungssituation auf eine sehr zeiteffektive Art und Weise abzuschätzen. Wenn diese Strategie angewendet wird, ist es ratsam Fernsehgeräte einer unterschiedlichen Größe, Preiskategorie und Energieklasse zu wählen, um so ein breites Spektrum der ausgestellten Modelle abzudecken.

Die Aussagekraft der Daten kann jedoch sehr gering sein, da die Proben nur einen Auszug aus allen ausgestellten Fernsehgeräten darstellen.

**Auswahl von Marken mit einer Vorgeschichte von Fällen mit Nichtkonformität:** Die Auswahl von Fernsehgerätemarken oder Einzelhändlern, die eine Vorgeschichte mit Beanstandungen und Nichtkonformitätsfällen hatten, kann auch ein effektiver Ansatz für Shop-Inspektionen sein. Wenn sich Modelle auf dem Markt befinden, die durch Beschwerden oder dokumentierte Nichtkonformität auffallen (beispielsweise über Verbrauchergruppen, Einzelpersonen oder andere Organisationen), kann das gezielte Ansetzen bei diesen Modellen signifikante Ergebnisse erbringen.

## ► Jahreszeit

Die Ergebnisse von Shop-Inspektionen können je nach Jahreszeit, in der die Prüfungen durchgeführt werden, signifikant unterschiedliche Ergebnisse bringen. Um die Weihnachtszeit herum oder vor globalen Ereignissen (z.B. Sportereignissen wie Olympische Spiele oder Fußball



# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

14 |

Weltcup) werden eine Vielzahl von Fernsehgeräten in den Läden ausgestellt mit einem hohen Nichtkonformitätsrisiko, da die Einzelhändler in diesen Zeiten oft eine hohe Arbeitsbelastung verzeichnen. Gleichwohl kann, angesichts der hohen Verkaufszahlen in diesen Perioden, eine korrekte Etikettierung dabei helfen, bei den Verbrauchern einen positiven Eindruck zu hinterlassen.

## 3.3 Best-Practice-Beispiel

Die Shop-Inspektionen werden im CompliantTV Projekt von fünf nationalen Partnern (in Österreich, der Tschechischen Republik, Frankreich, dem Vereinigten Königreich und Deutschland) durchgeführt. In diesem Projekt haben sich die nationalen Partner entschieden, 20 Shop-Inspektionen in jedem Land durchzuführen, um so statistisch genaue Ergebnisse und eine effiziente Ressourcennutzung bei den beteiligten Partnern zu erzielen.

Die Läden wurden zweimal innerhalb eines Jahres geprüft. Dies ging darauf zurück, dass die Projektpartner in der Lage sein wollten, mögliche Verbesserungen bei der Umsetzung der Etikettierung von Fernsehgeräten nach Gesprächen mit den Einzelhändlern im Anschluss an die Runde 1 zu messen.

Die hauptsächliche Zielsetzung bestand darin, anschauliche Daten über die beobachteten Märkte zu sammeln. Aus diesem Grund zielte die Auswahl der Läden darauf ab, die Marktsituation abzubilden und damit eine große Vielzahl von Ladentypen (wie in Abschnitt 3.1 beschrieben) zu prüfen. Die folgende Klassifizierung der Läden wurde entwickelt, um alle möglichen Ladentypen auf dem Markt abzudecken und dabei gleichzeitig, das in CompliantTV genannte Ziel der Shop-Inspektionen zu erreichen:

- **Supermärkte:** Läden, die eine große Vielzahl von Produkten verkaufen
- **Fachgeschäfte:** Läden, die Premium-Produkte verkaufen
- **Elektronik-Fachmärkte:** Einzelhandelsgeschäfte oder unabhängige Elektronik-Einzelhändler spezialisiert auf Verbraucherelektronik und Haushaltsgeräte
- **Elektronik-Supermärkte:** große Elektronik- Fachhändler, sehr oft Ketten



# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

Im Rahmen von CompliantTV wurden die folgenden Kriterien für die Shop-Inspektionen angewendet:

- Spezieller Fokus wurde auf kleine Läden oder Läden mit weniger Produkten gesetzt, beispielsweise Elektronik-Fachmärkte, Supermärkte und Fachgeschäfte. Pro Land wurden mindestens 12 Läden aus diesen Kategorien geprüft und mindestens 2 Elektronik-Supermärkte pro Land.
- Wenn ein ausgewählter Laden nur eine sehr kleine Anzahl von Fernsehgeräten zum Verkauf angeboten hatte (weniger als 6), war dies zu dokumentieren. Um eine größere Anzahl von geprüften Produkten abzudecken, mussten weitere Shop-Inspektionen unternommen werden.

Die Vorlage zum Sammeln der Daten wurde in Microsoft Excel erstellt. Mit diesem Tool ist es möglich, die Daten zu erfassen und zu verarbeiten und auch die gesammelten Prüfergebnisse anzuzeigen. Das für die Shop-Inspektionen von CompliantTV entwickelte Excel Tool ist in den nachstehenden Abbildungen gezeigt und steht ebenfalls auf der Projekt-Website [www.compliantv.eu](http://www.compliantv.eu) zum Download bzw. zur Nutzung bereit.

Shop No.	Date of visit	Shop name	Shop address	Shop type	Reported by	Unboxed TVs on sale					Boxed TVs on sale					Total				Comments on labeling (e.g.: "mostly hidden by price label")
						Correctly labeled	not correctly labeled				Correctly labeled	not correctly labeled				TVs on sale	Correctly labeled	Missing label	Not correctly labeled	
							Missing	Not visible	Format	Apply		Missing	Not visible	Format	Apply					
01	28.02.2015	ABC-Shop	Samplestreet 1	Department Store	John Doe	15	30	7	0	0	0	0	0	0	0	52	15	30	7	
02	14.02.2015	XYZ-Shop	Samplestreet 2	Electronic Specialist	John Doe	12	4	0	0	0	7	0	2	1	1	29	19	4	6	

Abbildung 2 – Screenshot Excel-Datenblatt zur Berichterstattung über Ladenprüfungen im Rahmen von CompliantTV

Abbildung 2 zeigt einen Screenshot des Excel-Datenblatts zur Berichterstattung über Shop-Inspektionen.



# 3. Kontrollen in Geschäften – Planung & Durchführung

Abbildung 3 zeigt einen Screenshot des Excel-Datenblatts zur Berichterstattung über inkorrekt etikettiert geprüfte Fernsehgeräte.

Shop No.	Shop Name	TV No.	Brand	Model number	Boxed or unboxed	Missing	not visible	Format	Apply	Comments (description of not)	Picture No.
3	TV-Shop SAMPLE	TV_1	Brand A	Model A1	UB		x			Label at bottom of TV	1
		TV_2	Brand A	Model A2	UB	x				TV not labeled	2
		TV_3	Brand A	Model A3	UB			x		Label at backside of TV	3
		TV_4	Brand A	Model A4	UB	x				TV not labeled	4
		TV_5	Brand A	Model A5	UB			x		Label at bottom of TV	5
		TV_6	Brand B	Model B1	UB	x				TV not labeled	6
		TV_7	Brand B	Model B2	UB	x				TV not labeled	7
		TV_8	Brand B	Model B3	UB	x				TV not labeled	8
		TV_9	Brand C	Model C1	UB	x				TV not labeled	9
		TV_10	Brand C	Model C2	UB	x				TV not labeled	10
		TV_11	Brand C	Model C3	UB	x				TV not labeled	11
		TV_12	Brand C	Model C4	UB	x				TV not labeled	12
		TV_13	Brand D	Model D1	UB	x				TV not labeled	13
		TV_14	Brand D	Model D2	UB	x				TV not labeled	14
		TV_15	Brand D	Model D3	UB	x				TV not labeled	15
<b>Unboxed Subtotal:</b>						<b>12</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		
<b>Boxed Subtotal:</b>						<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		

Abbildung 3 – Screenshot Excel-Tool zur Berichterstattung über inkorrekt etikettierte Fernsehgeräte

Im Rahmen von CompliantTV wurde es als hilfreich befunden, eine Pilotphase für die Runde 1 der Shop-Inspektionen durchzuführen (in einem ersten Schritt wurden 5 Läden kontrolliert). Diese Maßnahme diente dem Ziel der Abstimmung des Prüfverfahrens unter allen beteiligten Partnern. Weiterhin wurden praktische Probeläufe für das Datensammeln und die Werkzeuge durchgeführt und ggf. Anpassungen vorgenommen. Beispielsweise wurde es als hilfreich befunden, eine Smart Phone App (z. B. „Click Counter“) für das Zählen der Anzahl der Fernsehgeräte zu verwenden. Diese App wurde mit dem Computer der Person verbunden, die die Prüfung durchführt. Damit wurden diese Daten zeitgleich übertragen und in Echtzeit gespeichert.

Zu Dokumentationszwecken wurden Bilder von den TV-Modellen mit Etikettierungsfehlern gemacht, so dass Nachweise über die geprüften Fernsehgeräte vorliegen und Gespräche mit den Einzelhändlern aufgenommen werden können. Jeder kontrollierte Laden erhielt ein Schreiben und wurde von dem jeweiligen Projektpartner, der die Prüfung durchführte, kontaktiert. Weiterhin wurden die Prüfergebnisse sowie Projektsteuerungsunterlagen vorgelegt.

# 4. Kontrollen in Online-Shops – Planung & Durchführung

17 |

Aufgrund der zunehmenden Wichtigkeit des Online-Handels ist, ähnlich wie bei Kontrollen in Geschäften, die Prüfung von Online-Shops eingehend zu planen und durchzuführen, um signifikante Ergebnisse entsprechend dem Umfang der jeweiligen Erhebung zu erhalten. Der vorliegende Abschnitt ist der Beschreibung der Auswahl von zu prüfenden Online-Shops gewidmet (Abschnitt 4.1), der Durchführung von Kontrollen in Online-Shops (Abschnitt 4.2) und ein Best-Practice-Beispiel, das Lehren aus dem ComplianTV Projekt beschreibt (Abschnitt 4.3).

## 4.1 Auswahlstrategien für Online-Shops

Je nach Umfang der Erhebung, können unterschiedliche Strategien für die Auswahl der Online-Shops verfolgt werden. Ähnlich wie bei der Auswahlstrategie für Geschäfte, unterscheiden wir die Ansätze: umfassend, zielgerichtet, willkürlich.

### ► Läden, die ein umfassendes Bild des Marktes abbilden

Eine große Vielzahl von Online-Shops ist zu kontrollieren (z.B. Elektronik-Fachgeschäfte mit Online-Geschäft, Katalogversand mit Online-Geschäft, Marktplätze usw.).

### ► Läden, die den Löwenanteil des Marktes abbilden

Die gesammelten Daten sind repräsentativ für den Großteil der angebotenen TV-Modelle auf dem beobachteten Markt.

### ► Läden mit einer Vorgeschichte mit Nichtkonformität

Die gesammelten Daten sind repräsentativ für diejenigen Marktteile mit dem dringendsten Handlungsbedarf.

Ebenso erfolgversprechend könnte es sein, Einzelhändler mit einem hohen Umsatz auszumachen. Um diesen Markt zu identifizieren könnten allgemeine Suchmaschinen für Einkaufsvergleich (z.B. Google Shopping, Nextag, Geizhals, Pricegrabber usw.) als Basiswerkzeug für die Auswahl von Läden eingesetzt werden. Basierend auf den Daten dieser Plattformen, können die folgenden Ladenauswahlstrategien Anwendung finden:

### ► Läden mit einer großen Anzahl Verbraucherbewertungen

Eine hohe Zahl von Bewertungen impliziert eine große Anzahl von Menschen, die Produkte von der Website des Einzelhändlers effektiv gekauft haben. Eine Website mit hohen Umsätzen lohnt sich zu prüfen.



# 4. Kontrollen in Online-Shops – Planung & Durchführung

18 |

## ► Läden mit vielen Tiefstpreisen für verkaufsstarke Produkte

Die Signifikanz der gesammelten Daten ist sicher, da Niedrigstpreise für verkaufsstarke Produkte für gewöhnlich eine große Anzahl von Besuchern auf die Website des Einzelhändlers ziehen.

## 4.2 Durchführung von Kontrollen in Online-Shops

Dieser Abschnitt beschreibt die effektive und effiziente Durchführung von Online-Shop Kontrollen. Im Vergleich zur Durchführung von Kontrollen in Ladengeschäften gibt es mehrere unterschiedliche Faktoren (z.B. Fehlerkategorien, notwendige Information).

### ► Nachweisführung

Ähnlich wie bei der Ladeninspektion bei Ladengeschäften ist eine Berichtsvorlage zu entwickeln, um der die Prüfung durchführenden Person/Organisation die Nachweisführung zu ermöglichen und die Ergebnisse zu dokumentieren. Ein Screenshot einer Vorlage zum Datensammeln in Ladengeschäft, wie er bei CompliantTV benutzt wurde, ist in dem Best-Practice-Beispiel (Abschnitt 4.3) zu finden. Die Vorlage steht auch auf der Projekt Website [www.compliantv.eu](http://www.compliantv.eu) zum Download und zur Verwendung zur Verfügung.

### ► Notwendig zu sammelnde Informationen

#### ► Website Adresse

► **Firmenname:** Die Firmenbezeichnung des Einzelhändlers ist notwendig zur Identifizierung der verantwortlichen Person bzw. Rechtskörperschaft der Firma.

► **Registrierter Firmensitz:** falls verfügbar, diese Angabe ist wichtig für die Lokalisierung des Einzelhändlers

► **Geprüfte Modelle:** Name des Herstellers, Modellnummer, Bildschirmgröße und andere technische Details zur Identifizierung des geprüften Modells (je nach dem Umfang der Erhebung)

► **Prüfdatum und -zeitpunkt:** Datum und Zeitpunkt des Downloads der spezifischen Website, auf der die TV-Modelle ausgestellt sind, bestätigt durch Screenshots der geprüften Websites

► **Festgestellte Etikettierungsfehler:** Beschreibung der Etikettierungsfehler (detaillierte Beschreibung folgt)



# 4. Kontrollen in Online-Shops – Planung & Durchführung

19 |

## ► Fehlerkategorien

Vor der Prüfung der Energielabels in Online-Shops ist es erforderlich, die Fehlerkategorien zu definieren, ähnlich wie bei Prüfungen in Geschäften (weitere Details zu den Fehlerkategorien folgen).

Vor der Definition der Fehlerkategorien für das Energielabelling von Fernsehgeräten in Online-Geschäften muss jedoch eine Unterscheidung getroffen werden bezogen auf das Markteintrittsdatum (d.h. ob das ausgestellte Gerät vor 2015 auf den Markt kam oder nicht (aufgrund der delegierten Verordnung der Kommission Nr. 518/2014, die am 1. Januar 2015 in Kraft trat).

- **Modellbezeichnung des Produkts kam vor dem 1. Januar 2015 auf den Markt:** In diesem Fall ist gefordert, die Produktinformation und energiebezogene Geräteinformation (gemäß Tabelle 1) in Textform und in der richtigen Reihenfolge anzuzeigen. Wenn ein Energielabel angezeigt wird, ist zu prüfen, ob sich das Label auf das Modell bezieht und ob das Label das richtige Format aufweist. Zu Informationszwecken können die zusätzlichen Anforderungen in Tabelle 2 überprüft werden, führen aber zu keiner Nichtkonformität: „fehlendes Label“, „fehlendes Produktblatt“, „Information im Produktblatt in falscher Reihenfolge dargestellt“, „inkorrektes Bildformat für den Labelzugang (nur bei Verwendung von ineinander geschachtelten Anzeigen)“.

Folgerichtig werden die Fehlerkategorien in diesen Fällen wie folgt definiert:

„Fehlende Produktinformation“, „Information in falscher Reihenfolge angezeigt“, „Label bezieht sich nicht auf das TV-Gerät“, „Inkorrektes Labelformat“

- **Modellbezeichnung des Produkts kam nach dem 1. Januar 2015 auf den Markt:** In diesem Szenario sind die Anforderungen der delegierten Verordnung der Kommission Nr. 518/2014 zu erfüllen (siehe Tabelle 2). Die folgenden Fehlerkategorien werden definiert:
  - **Fehlendes Label**
  - **Inkorrektes Labelformat:** Das gezeigte Label entspricht in Farbe oder Form nicht der Regelung (z. B. schwarz & weiß oder unvollständig, fehlende Information, siehe obige Beschreibung).
  - **Label bezieht sich nicht auf das TV-Gerät**
  - **Fehlendes Produktblatt:** Ein Produktblatt soll Angaben zum Hersteller (z. B. Handelsmarke, Modellbezeichnung, usw.) enthalten sowie energierelevante Angaben (z. B. Energieeffizienzklasse, Energieverbrauch im Betrieb usw.) zum Produkt selbst.



# 4. Kontrollen in Online-Shops – Planung & Durchführung

20 |

- **Information in falscher Reihenfolge angezeigt:** Die energiebezogenen Angaben sind nicht in der richtigen Reihenfolge oder einige Angaben fehlen.
- **Inkorrektes Bildformat für den Zugang zum Label:**  
Nur bei Verwendung von ineinander geschachtelten Anzeigen.
- **Auswahlverfahren für zu prüfende Fernsehgeräte**  
Ähnlich wie bei der Auswahlstrategie für Prüfungen von Fernsehgeräten in Geschäften, kann unterschieden werden zwischen einem umfassenden, einem willkürlichen und einem gezielten Ansatz. Je nach Umfang der Erhebung hat jeder dieser Ansätze Vor- und Nachteile (siehe obigen Abschnitt 3.2).

## 4.3 Best-Practice-Beispiel

Eine Gesamtzahl von 20 Läden pro Land wurde zweimal innerhalb eines Jahres durch die Projektpartner in Österreich, Belgien, der Tschechischen Republik, Frankreich und Deutschland geprüft. 20 TV-Modelle pro Laden wurden nach den folgenden Kriterien ausgewählt:

- 5 Geräte < 32 Zoll Bildschirmgröße
- 5 Geräte = 32 Zoll Bildschirmgröße
- 5 Geräte > 32 – 42 Zoll Bildschirmgröße
- 5 Geräte > 42 Zoll Bildschirmgröße

Es wurde entschieden, dass jedes der oben genannten Größensegmente 2-3 Modelle der folgenden Marken enthalten sollte (wenn verfügbar): Samsung, Sony, Toshiba, LG, Panasonic, TCL, Thompson und Philips: die übrigen geprüften Modelle sollten andere Marken sein (wenn verfügbar).

Die CompliantTV Projektorganisatoren, die selbst nicht die Marktaufsichtsbehörde sind, waren sich bewusst, dass das Markteinführungsdatum von Fernsehgeräten in Online-Shops nicht bestimmt werden konnte. Dies führt zu einer weiteren Schwierigkeit, da sich in der Praxis nicht zweifelsfrei bestimmen lässt, welches Anforderungsset bei Online-Verkäufen zu erfüllen ist. Dies geht jedoch auf die derzeitige Übergangsphase des TV-Marktes zurück, der ein sehr dynamischer Markt ist. Von daher wird diese praktische Frage bald verschwinden. Nicht voll erklärbar in diesem



## 4. Kontrollen in Online-Shops – Planung & Durchführung

21 |

Kontext sind Fälle, in denen Produkte erneut auf den Markt gebracht werden. Beispielsweise könnte die Frage aufkommen, welche Regeln anwendbar sind auf ein Modell, das ursprünglich vor dem 1. Januar 2015 auf den Markt kam, dann vom Markt verschwand und nach dem 1. Januar 2015 erneut verfügbar ist.

In Fällen von nicht korrekter Etikettierung wurden Bilder von den Bildschirmen gemacht, um Nachweise über die geprüften TV-Geräte vorliegen zu haben und Prüfzeitpunkt und -datum belegen zu können.

Im Rahmen von CompliantTV wurden die Online-Shop Überprüfungen ausschließlich für TV-Geräte durchgeführt, die direkt über Plattformen / Marktplätze verkauft wurden, wenn die Marktplätze einer Prüfung unterzogen wurden. Diese Maßnahme wurde ergriffen, um Drittverkäufer auszuschließen, die sich an andere Online-Shops (wie amazon, eBay, usw.) anschließen, und weil Marktplätze nicht voll verantwortlich sind für Produkte, die auf ihrer Plattform durch externe Verkäufer verkauft werden. Eine weitere Schwierigkeit liegt darin begründet, dass die registrierten Firmensitze dieser Körperschaften außerhalb des jeweiligen Mitgliedslandes liegen können, in dem die Prüfungen vorgenommen werden, oder sogar außerhalb der EU und damit einem anderen Gesetz unterliegen können. Aus diesen Gründen war es bei vielen der geprüften Online-Shops sehr schwierig, den Kontakt herzustellen.

Ähnlich wie bei den Prüfungen in Geschäften, wurde eine Vorlage zum Datensammeln in Microsoft Excel entworfen. Das für CompliantTV Online-Shop-Prüfungen entwickelte Excel-Tool ist in der nachstehenden Abbildung gezeigt (Abbildung 4).



# 4. Kontrollen in Online-Shops – Planung & Durchführung

22

TV No.	Display technology	Market entry: 1 - before 2015 / 2 - after 2015 / 3 - not known	RETAILER DATA								MANUFACTURER DATA								Price (in Euro)	Compliant	Missing product information	Information displayed in wrong order	Missing label	Label does not relate to the TV model	Incorrect format of the label	Missing product fiche	Information in product fiche displayed in wrong order	Incorrect format of the image for accessing the label (if nested display is used)	Summary non compliant	Not determined				
			Information to be provided (Product fiche Annex III)				Information to be provided (Product fiche Annex III)				Information to be provided (Product fiche Annex III)				Information to be provided (Product fiche Annex III)																			
			1. Suppliers name or trademark	2. Suppliers model identifier	3. Energy efficiency class	4. Visible screen diagonal in cm and inches	5. On Mode power demand (in W)	6. Annual energy consumption (in kWh/a)	7. The standby and off-mode power consumption	8. Screen resolution in physical horizontal and vertical pixel count	1. Suppliers name or trademark	2. Suppliers model identifier	3. Energy efficiency class	4. Visible screen diagonal in cm and inches	5. On Mode power demand (in W)	6. Annual energy consumption (in kWh/a)	7. The standby and off-mode power consumption	8. Screen resolution in physical horizontal and vertical pixel count																
TV_01	LCD LED	3	ASDF	Qwert 40	A+	102cm/40"	65	89	0,4	1920x1080	ASDF	Qwert 40	A+	102cm/40"	65	89	0,4	1920x1080	899,-	x														
TV_02	OLED		XYZ	Asdf 20	A	51cm/20"	32	47	0,3	1920x1080	XYZ	Asdf 20	A	51cm/20"	32	47	0,3	1920x1080	320,-		x		x										x	

Abbildung 4 - Screenshot Excel-Datenblatt zur Berichterstattung über CompliantTV Ladenprüfungen

# 5. Beispiele von inkorrekt dargestellten Energielabels

Der folgende Abschnitt liefert praktische Beispiele für inkorrekt bzw. ungenügend dargestellte Energielabels. Die hier verwendeten Bilder illustrieren vorgefundene Situationen in verschiedenen Läden quer durch die 28 EU-Länder. Ziel dieses Abschnitts ist es, Beispiele solcher Fälle aufzuzeigen und Händlern und Lieferanten zu helfen, ähnliche nicht korrekte Etikettierungsfälle weitestgehend zu vermeiden.

Die nachstehenden Beispiele sind realen Läden entnommen und zeigen Fälle von nicht korrekter Etikettierung, die nicht in Einklang stehen mit den jeweiligen Gesetzesanforderungen und dem Konsumenten wenig helfen bei seiner Suche nach transparenter und genauer Information. Die Beispiele wurden unter den im CompliantTV Projekt unternommenen Shop-Inspektionen ausgewählt und bilden reale Fallbeispiele ab, die fast regelmäßig vorgefunden wurden.

Fehlendes Energielabel –  
kein Label vorgefunden



Inkorrektes Format –  
unvollständiges oder beschädigtes  
Label, fehlende Angaben (z.B.  
Modellbezeichnung aus dem  
Bild herausgeschnitten)



Abgeändertes Format –  
von Händler erstellte Kopie

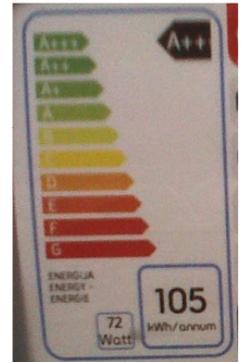




# 5. Beispiele von inkorrekt dargestellten Energielabels

24

**Abgeändertes Format –**  
von Händler neu erstelltes, designtes  
Energielabel, abgeänderter Inhalt



**Label nicht sichtbar –**  
falsch platziertes Label



**Nicht zutreffend –**  
die Modellnummer auf dem  
Label stimmt nicht überein  
mit dem Modell, auf dem  
das Label aufgebracht ist



**Verpackte Modelle –**  
alle ausgestellten Modelle müssen  
ein Energielabel aufweisen, auch  
wenn nur in Verpackung verkauft  
wird (es sei denn ein ausgepacktes  
TV-Gerät von eindeutig demselben  
Modell ist mit Energielabel ausgestellt)

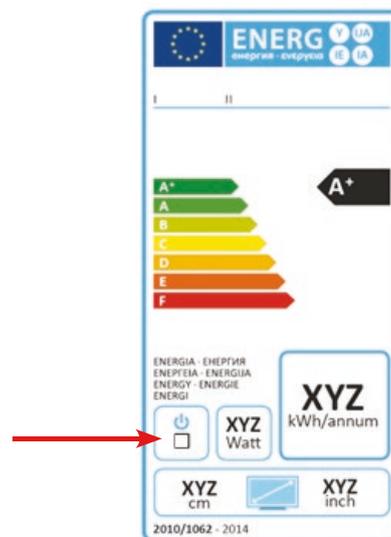




## 5. Beispiele von inkorrekt dargestellten Energielabels

25

**Weitere Labelabänderungen –**  
Labeldesign und Inhalt dürfen nicht abgeändert werden. Das Beispiel zeigt einen Fall, in dem ein spezifisches Icon in gesetzlich nicht erlaubter Weise abgeändert wurde.



**Werbung –**  
fehlende Angabe der Energieklasse



# Über CompliantTV

26



Mit der Implementierung des Gesetzesrahmens für Ökodesign (Verordnung 2009/125/EC) und Energielabelling (Verordnung 2010/30/EU) hat die EU leistungsstarke Instrumente installiert, um die Markttransformation in Richtung energieeffiziente Produkte zu unterstützen. Insbesondere TV-Geräte, die in den Geltungsbereich beider Instrumente fallen, werden nun sowohl den Umsetzungsmaßnahmen für Ökodesign unterliegen (Verordnung Nr. 642/2009) sowie den Energielabellinganforderungen (Verordnung Nr. 1062/2010), die darauf abzielen, den Markt in Richtung mehr energieeffiziente Produkte zu bewegen.

Für die praktische Einhaltung der Anforderungen des Gesetzesrahmens Sorge tragen ist eines der Kernelemente für den Erfolg dieser Politik. Dennoch werden nahezu alle Energieeffizienzangaben dieser Produkte auf dem Markt der 28 EU-Länder derzeit als Selbstauskunft der Hersteller geliefert, wie es die Rahmengesetzgebung für Ökodesign und Energielabelling vorgibt. Bislang gab es sehr wenig standardisierte unabhängige Produktprüfung und unabhängige Bestätigung der Richtigkeit dieser Produktinformation und Marktentwicklung, weil das Thema Marktüberwachung auf nationaler Ebene noch nicht breit aufgestellt ist. Auch Maßnahmen zur Abschätzung der Verfügbarkeit der geforderten Produktinformationen in den Läden und Informationsmedien fehlten bislang weitestgehend.

Vor diesem Hintergrund bringt das CompliantTV-Projekt zehn erfahrene Organisationen einschließlich drei Prüflabore zusammen mit der Zielsetzung, die Übereinstimmung der TV-Geräte mit den Rahmenvorgaben der neuen Energielabelling- und Ökodesignverordnungen in Prüfverfahren zu bewerten. Im Zuge dessen werden eine Datenbank sowie eine Menge Know-how generiert, die Orientierung für viele unterschiedliche Arten von Stakeholder bieten wird (Marktüberwachungsbehörden, Prüflabore, Hersteller, Einzelhändler, Verbraucher).

Registrieren Sie sich auf der Projekt-Website und verfolgen Sie die Neuigkeiten dort, um mehr über das Projekt CompliantTV und die Produktprüfaktivitäten zu erfahren!

[www.complianttv.eu](http://www.complianttv.eu)

# Das ComplianTV Projekt wird organisiert von:

27



## Frankreich: BIO IS, project coordinator

Anschrift: 185 avenue Charles de Gaulle, 92200 Neuilly-sur-Seine, Frankreich

Kontaktperson: Hr. Shailendra Mudgal, Hr. Benoît Tinetti

Email: [shmudgal@bio.deloitte.fr](mailto:shmudgal@bio.deloitte.fr), [btinetti@bio.deloitte.fr](mailto:btinetti@bio.deloitte.fr)

Web: [www.biois.com/en/](http://www.biois.com/en/)



## Österreich: Austrian Energy Agency (AEA)

Anschrift: Mariahilfer Strasse 136, Wien 1150, Österreich

Kontaktperson: Hr. Alban Burgholzer

Email: [alban.burgholzer@energyagency.at](mailto:alban.burgholzer@energyagency.at)

Web: [www.energyagency.at/](http://www.energyagency.at/)



## Europäische Organisation: DigitalEurope

Anschrift: Rue de la Science, 14, B-1040 Brüssel, Belgien

Kontaktperson: Fr. Sylvie Feindt

Email: [sylvie.feindt@digitaleurope.org](mailto:sylvie.feindt@digitaleurope.org)

Web: [www.digitaleurope.org/](http://www.digitaleurope.org/)



## Europäische Organisation: ECOS – European Environmental Citizens Organisation for Standardisation

Anschrift: Mundo B, Rue d'Edimburg, 26, B-1050 Brüssel, Belgien

Kontaktperson: Hr. Alun Jones

Email: [alun.jones@ecostandard.org](mailto:alun.jones@ecostandard.org)

Web: [www.ecostandard.org/](http://www.ecostandard.org/)



## Tschechische Republik: SEVEN, The Energy Efficiency Center

Anschrift: Americká 17, 120 56 Praha 2, Tschechische Republik

Kontaktperson: Hr. Juraj Krivosík

Email: [juraj.krivosik@svn.cz](mailto:juraj.krivosik@svn.cz)

Web: [www.svn.cz/en/](http://www.svn.cz/en/)



## Deutschland: Technische Universität Berlin

Anschrift: Gustav-Meyer-Allee 25, 13355 Berlin, Deutschland

Kontaktperson: Fr. Gergana Dimitrova, Fr. Johanna Emmerich

Email: [gergana.dimitrova@izm.fraunhofer.de](mailto:gergana.dimitrova@izm.fraunhofer.de), [johanna.emmerich@izm.fraunhofer.de](mailto:johanna.emmerich@izm.fraunhofer.de)

Web: [www.tu-berlin.de/](http://www.tu-berlin.de/)



## Deutschland: ipi Institute für Produkt-Markt-Forschung GmbH

Anschrift: Neckarstraße 155, 70190 Stuttgart, Deutschland

Kontaktperson: Hr. Rudolf Heinz

Email: [r.heinz@ipi.de](mailto:r.heinz@ipi.de)

Web: [www.ipi.de/en/](http://www.ipi.de/en/)



## Deutschland: VDE Prüf- und Zertifizierungsinstitut GmbH

Anschrift: Merianstrasse 28, 63069 Offenbach Am Main, Deutschland

Kontaktperson: Hr. Heinz Lemke

Email: [heinz.lemke@vde.com](mailto:heinz.lemke@vde.com)

Web: [www.vde.com/en](http://www.vde.com/en)



# Das CompliantTV Projekt wird organisiert von:

28



## Niederlande: Re/genT

Anschrift: Lagedijk 22, 5705BZ Helmond, Niederlande

Kontaktperson: Hr. Patrick Beks

Email: [patrick.beks@re-gent.nl](mailto:patrick.beks@re-gent.nl)

Web: [www.re-gent.nl/](http://www.re-gent.nl/)



## Großbritannien: EST – Energy Saving Trust

Anschrift: 21 Dartmouth Street, SW1H 9BP London, Großbritannien

Kontaktperson: Hr. Tom Lock

Email: [Tom.lock@est.org.uk](mailto:Tom.lock@est.org.uk)

Web: [www.energysavingtrust.org.uk/](http://www.energysavingtrust.org.uk/)

Weitere Informationen  
über die Projektaktivitäten  
und sämtliche Ergebnisse  
werden veröffentlicht auf:

[www.compliantv.eu](http://www.compliantv.eu)