



Come On Labels

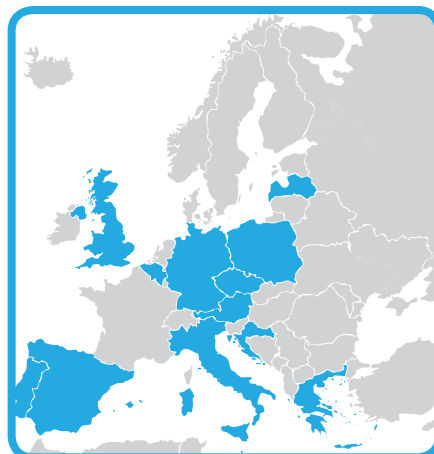
Come On Labels

Common Appliance Policy
– All for One, One for All –
Energy Labels

Final Publishable Report

Mai 2013

Energiekennzeichnung von Geräten unterstützen:
Korrekte Angaben auf den Energielabels sicherstellen
Ordnungsgemäßes Anbringen von Energielabels in Geschäften überwachen
Öffentlichkeitsarbeit für Endverbraucher entwickeln
Wirksame Instrumente für den Ersatz von Geräten identifizieren



Unterstützt durch
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

Die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieser Publikation liegt bei den AutorInnen. Sie gibt nicht unbedingt die Meinung der Europäischen Union wieder. Weder die EACI noch die Europäische Kommission übernehmen Verantwortung für jegliche Verwendung der darin enthaltenen Informationen.



Come On Labels

Common Appliance Policy – All for One, One for All – Energy Labels



Final Publishable Report

Mai 2013

Energiekennzeichnung von Geräten fördern:

- Korrekte Angaben auf den Energielabels sicherstellen
- Ordnungsgemäßes Anbringen von Energielabels in Geschäften überwachen
- Öffentlichkeitsarbeit für Endverbraucher entwickeln
- Wirksame Instrumente für den Ersatz von Geräten identifizieren



Über das Projekt	7
Die wichtigsten Ergebnisse und Erfolge des Projekts	9
Einführung	13
Gesetzgebung zur Energiekennzeichnung von Geräten	16
Kurze Zusammenfassung des neuen EU-Kennzeichnungsrechts	16
Vergleich zwischen den Anforderungen der Energielabels und denen der Ökodesign-Richtlinie	19
Implementierung der Energiekennzeichnung und der Ökodesign-Gesetzgebung	21
Shop Visits	24
Zusammenfassung der Methode für die Shop Visits	24
Überblick über die Resultate in den Geschäften	27
Konformität nach Geschäftsart	28
Konformität nach Gerätegruppe	30
Beispiele für fehlerhafte Etikettierung von Geräten, die während der Shop Visits beobachtet wurden	33
Ausbildung von Einzelhändlern	34
Konformitätsprüfung von Geräten und Labortests	35
Überblick über Prüfverfahren und Marktüberwachung	35
Beispiele bekannter Konformitätsprüfungen	39
Möglichkeiten für ein europäisches System zum Austausch von Testergebnissen	42
Öffentlichkeitsarbeit für Energielabels	44
Ersatz von ineffizienten Geräten	48
Zusammenfassung von Instrumenten und Auswirkungen	48
Neue Instrumente	51
Abschlusskonferenz - 15. März 2013, Brüssel	54
Ergebnisse des Projekts	55
Was andere über das Come On Labels-Projekt sagen	57

Über das Projekt

Come On Labels – Common Appliance Policy – All for One, One for All – Energy Labels

- www.come-on-labels.eu
- Dezember 2010 – Mai 2013
- Unterstützt durch das Intelligent Energy Europe Prorgamm:
<http://ec.europa.eu/energy/intelligent/>
- Tschechische Republik – Projektkoordinator SEVEN, The Energy Efficiency Center, www.svn.cz
www.come-on-labels.eu/o-projektu-cz/vitejte-cz
Projektkoordinator: Juraj Krivosik, SEVEN, juraj.krivosik@svn.cz
- Österreich – Österreichische Energieagentur - Austrian Energy Agency, www.energyagency.at www.come-on-labels.eu/zum-projekt-at/willkommen-at
- Belgien – Brüsseler Energieagentur, www.curbain.be
www.come-on-labels.eu/concernant-le-projet-be/message-daccueil-be-fr
- Kroatien – ELMA Kurtalj d.o.o, www.elma.hr
www.come-on-labels.eu/o-projektu-hr/poruka-dobrodoslice-hr
- Deutschland – Öko-Institut e.V., Institute für Angewandte Ökologie, www.oeko.de
<http://www.come-on-labels.eu/zum-projekt-de/willkommen-de>
- Großbritannien – Severn Wye Energy Agency, www.swea.co.uk
www.come-on-labels.eu/about-the-project-uk/welcome-uk
- Griechenland – Center for Renewable Energy Sources and Saving, www.cres.gr
www.come-on-labels.eu/about-the-project-gr/welcome-message-gr
- Italien – ENEA – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile, www.enea.it
www.come-on-labels.eu/informazioni-sul-progetto-it/messaggio-di-benvenuto-it
- Litauen – Ekodoma, Ltd, www.ekodoma.lv
www.come-on-labels.eu/par-projektu-lv/laipni-ludzam-lv
- Malta – Projects in Motion, www.pim.com.mt
www.come-on-labels.eu/about-the-project-mt/welcome-mt



- **Polen** – KAPE, Polnische Nationale Energieagentur, www.kape.gov.pl
www.come-on-labels.eu/o-projekcie-pl/witamy-pl
- **Portugal** – QUERCUS - Associação Nacional de Conservação da Natureza, www.ecocasa.pt
www.come-on-labels.eu/o-projecto-pt/bem-vindo-pt
- **Spanien** – ESCAN, s.l., www.escansa.com
www.come-on-labels.eu/acerca-del-proyecto-es/bienvenidos-es

Nutzen und wesentliche Projektaktivitäten:

- **Gesetzgebung:** Beobachtung der EU-Gesetzgebung zur Gerätekennzeichnung und Förderung ihres Verständnisses und ihrer Umsetzung in den Mitgliedstaaten
- **Gerätetests:** Austausch von Informationen und Zusammenarbeit mit den Marktaufsichtsbehörden und -experten beim Informationsaustausch zu Gerätetests
- **Labels in Geschäften:** Durchführung einer umfangreichen Untersuchung zur ordnungsgemäßen Energiekennzeichnung in Geschäften unter Beteiligung der Einzelhändler . zur Verbesserung der korrekten Kennzeichnung in den Geschäften.
- **Informationsverbreitung:** Bekanntmachung der Energielabels für energierelevante Geräte in der allgemeinen Öffentlichkeit mit Schwerpunkt auf den neuen Energielabels.
- **Ersatz:** Vorschlag von Instrumenten für besseren sowie vorzeitigen Ersatz von Geräten, Bewertung des Nutzens und Potentials dieser Instrumente hinsichtlich der Energieeffizienz, Beobachtung der Instrumente.



Falls Sie Interesse an weiteren Informationen über das Projekt, seine Organisation und Erfolge wünschen, kontaktieren Sie bitten den Projektkoordinator: Juraj Krivosik, SEVEN, The Energy Efficiency Center, Tschechische Republik, juraj.krivosik@svn.cz

Die wichtigsten Ergebnisse und Erfolge des Projekts

Das Come On Labels-Projekt wurde im Jahre 2009 konzipiert, bevor die meisten der neuen Gesetze zur Energieverbrauchskennzeichnung erlassen wurden. Zwischen 2010 und 2013 wurden für verschiedene Gerätegruppen wie Kühlschränke, Waschmaschinen, Geschirrspülmaschinen, Trockner, Klimaanlage, Fernsehgeräte und Lampen neue Anforderungen hinsichtlich der Energiekennzeichnung und des Ökodesigns beschlossen oder traten in Kraft.

Das Come On Labels-Projekt befand sich daher in einer einzigartigen Position, die angemessene Implementierung der neuen Energiekennzeichnung bei allen Akteuren in den 13 europäischen Partnerländern zu unterstützen, namentlich:

- **Marktaufsichtsbehörden:** Erarbeitung eines gemeinsamen Verständnisses der Auswirkungen und Anforderungen der Gesetzgebung sowie Organisation von gemeinsamen Aktivitäten wie etwa Shop Visits, Training für Experten und Rückmeldung an Verbraucher.
- **Händler und Lieferanten:** Weiterbildung und Bewusstseinsbildung bei der Nutzung der neuen Energielabels in den Geschäften, Begehung von Hunderten von Geschäften und Verteilen von Trainingsmaterialien für Händler.
- **Verbraucher:** Organisation von weitreichenden Aktivitäten zur Aufklärung- und Informationsverbreitung, um die Verbraucher in Bezug auf die Energielabels zu informieren und zum Kauf energieeffizienter Geräten zu motivieren. Zu den Maßnahmen und Aktivitäten gehörten Veranstaltungen und Seminare, Messestände, Prospekte und Broschüren, Lesezeichen und Artikel, Pressemitteilungen und Poster.

Beispiele für die sichtbarsten und am meisten geschätzten Aktivitäten sind: Zusammenarbeit mit den Marktaufsichtsbehörden

Jeder EU-Mitgliedstaat ist verantwortlich für die Organisation von Marktüberwachungsaktivitäten, die sicherstellen sollen, dass die richtigen Informationen auf den Energielabels angegeben werden und dass die Energielabels in den Geschäften und an den Verkaufspunkten gut sichtbar sind. Es ist jedoch bekannt, dass diese Aktivitäten in verschiedenen Ländern noch unzureichend sind.

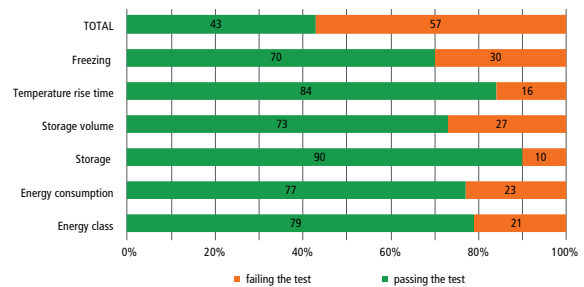
Das Come On Labels Projekt hat daher beispielsweise folgende Aktivitäten organisiert:



- Gespräch über ein gemeinsames Verständnis der gesetzlichen Anforderungen, beispielsweise mit Schwerpunkt auf der Bedeutung verschiedener Symbole, die auf den Labels dargestellt werden, oder auf den Problemen bei der Definition des In-Verkehr-Bringens;
- Austausch der, bei den Shop Visits gewonnenen Erkenntnisse über das Anbringen von Labels und Besprechung eventueller Verbesserungsmaßnahmen;
- Organisation von gemeinsamen Ausbildungsmaßnahmen für Inspektoren oder Marktteilnehmer wie Händler und Lieferanten;
- Verhandlung über die Durchführung von Gerätetests und die besten Methoden für den Austausch von Daten mit den Behörden anderer Länder

Zusammenstellen und Austausch von Daten zu Gerätetests

Tests von Geräten zur Prüfung der Daten, die auf den Energielabels angegeben sind, gehören zu den Schlüsselfaktoren, um sicherzustellen, dass die auf den Labels angegebenen Einsparungen bereits erreicht werden. Es ist ebenfalls bekannt, dass die Anzahl der Tests, welche alle relevanten Parameter umfassen, nicht ausreichend ist. Das Projekt hat, obwohl es keine eigenen Tests von Geräten durchführt, mit folgenden Maßnahmen versucht, zu deren Durchführung beizutragen:



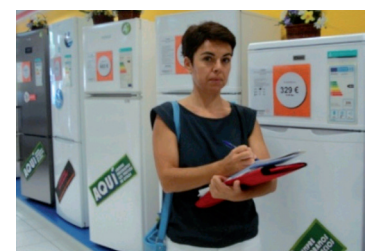
- Zusammenstellen von Informationen zu Gerätetests, die in der Öffentlichkeit verfügbar sind. Informationen zu Gerätetests, die von den Behörden in GB, Niederlande, Schweden sowie in Australien und den USA durchgeführt werden, wurden zusammen mit Testaktivitäten für Geräte von anderen Intelligent Energy Europe Projekten zusammengetragen. Diese wurden alle zusammengefasst und unter den Akteuren in Umlauf gebracht mit dem Ziel, die Kenntnisse über Gerätetests zu verbreiten.
- Obwohl Hersteller ihre Geräte nur einmal für den gesamten EU-Markt testen, beziehen sich Behörden auf die Modelle, die in ihren nationalen Märkten getestet wurden. Das Come On Labels Projekt hat daher Berichte vorgelegt, die Möglichkeiten und Erfahrungen zusammenfassen und darauf zielen, die europaweite Zusammenarbeit zu erleichtern und die Tätigkeiten für die Behörden zu vereinfachen. Die Berichte umfassen die Erfahrung der Tests von Geräten in ausländischen Laboren, regelmäßige Konferenzen der Behörden, um Erfahrungen auszutauschen, die regionalen Testansätze, Austausch von Modellnamen der jeweiligen Geräte und Beispiele europäischer Projekte, bei denen Testergebnisse zur Gänze öffentlich zugänglich gemacht wurden.

Prüfen des Vorhandenseins von Labels in den Geschäften

Damit Verbraucher Energielabels als ein Mittel zur Entscheidungsfindung nutzen können, müssen die Labels in den Geschäften gut sichtbar sein. Aber wie oft und wie korrekt werden Labels in den Geschäften eingesetzt? Im Zuge des Projektes „Come On Labels“ stichprobenartige Kontrollen von Geschäften organisiert, bei denen die korrekte Umsetzung der Energiekennzeichnung kontrolliert wurde. In jeder der drei Runden wurden rund 300 Geschäfte besucht

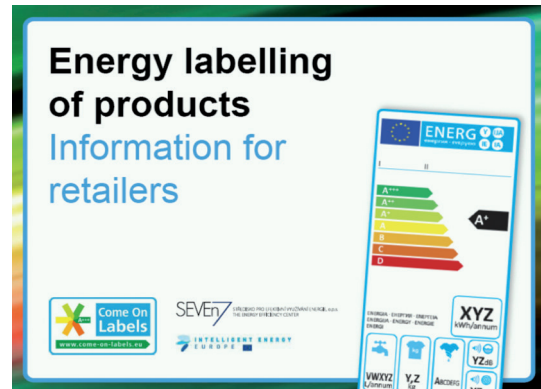
Ergebnisse aus den Shop Visits:

- Monitoring des Vorhandenseins von Labels pro Geschäftstyp und Untersuchung, ob eventuell Verbesserungsmöglichkeiten bei Küchenstudios, individuellen Händlern und großen Einkaufsmärkten, bei denen die Präsenz von Labels im Schnitt am niedrigsten ist, vorhanden sind.
- Monitoring des Vorhandenseins von Labels pro Gerätetyp, wobei die niedrigsten Werte bei Weinlagerschränken, aber ebenfalls bei Klimaanlage, Elektroöfen und TVs festgestellt wurden. Bewertung des Einflusses neuer Energielabels, die bereits 2012 bei mehr als der Hälfte der Geräte eingesetzt wurden und zu einem geringeren Anteil von nur teilweise gekennzeichneten Geräten führte. Ein Grund dafür kann die einfachere Handhabung bei der Anbringung des neuen Labels sein



Trainingshandbuch für Einzelhändler

Um den Grad der Etikettierung in Geschäften zu verbessern, hat das Come On Labels Projekt ein detailliertes Trainingshandbuch erstellt, das den Handelsangestellten dabei hilft, das Label korrekt anzubringen. Das Handbuch, das in 11 Sprachen und 13 Länderausgaben erhältlich ist, erklärt die Wichtigkeit von Labels und die gesetzlichen Anforderungen an diese, zeigt Beispiele von korrektem und nicht korrektem Anbringen von Labels in Geschäften und gibt konkrete Ratschläge, die das Verkaufspersonal den Kunden weitergeben kann. Einige Beispiele aus dem Trainingsmaterial:



- Weiterleitung an individuelle Inspektoren der Marktaufsichtsbehörden
- Organisation von individuellen Ausbildungsseminaren für Einzelhandelsketten und Geschäfte
- Verteilung an Geschäfte mit Mitgliedern des nationalen CECED Industrieverbands
- Einsatz des Materials bei Konferenzen und bei Veranstaltungen, an denen ebenfalls Marktteilnehmer teilnehmen

Vergleich zwischen den Anforderungen der Energielabels und den Ökodesign-Anforderungen

Energielabels wurden so gestaltet, dass sie dem Verbraucher dabei helfen sollen, energieeffizientere Geräte aus den im Geschäft ausgestellten Modellen zu wählen. Die Energieklasse A wurde lange aus Sicht der Energieeffizienz als beste Leistungsklasse angesehen.

Produktgruppen	Auf dem Label gezeigte Effizienzklassen	Energieeffizienzklassen auf dem Markt, Ökodesign-Mindestanforderung	Energieeffizienzklassen auf dem Label, laut Ökodesign-Mindestanforderung nicht mehr erlaubt
Waschmaschinen	A+++ / D	A+++ / A	B, C, D
Geschirrspüler	A+++ / D	A+++ / A	B, C, D
Kühl-/ Gefriergeräte	Kompressorkühl-technologie	A+++ / A+	A, B, C, D
	Absorberkühl-technologie	A+++ / G	F, G
TV-Geräte	A / G	A / G	
Beleuchtung	A / G	A / C	D, E, F, G

Jedoch haben die Entwicklungen auf dem Markt, die Einführung der Klassen A+ / A+++ und die Ökodesign-Anforderungen dazu geführt, dass die Klasse A in einigen Fällen nur die niedrigste verfügbare Energieklasse auf dem Markt ist. Das Come On Labels Projekt hat daher ein Dokument erstellt, das das Spektrum an Energieklassen auf Energielabels wiedergibt mit den Ökodesign-Anforderungen für Geräte, die für den Markt zugelassen sind. Dieses Dokument wurde unter den Akteuren, Behörden und Marktteilnehmern verteilt, um eine bessere Erläuterung der Energieeffizienzklassen für individuelle Geräte zu ermöglichen.

Informationsverbreitung und Aufklärung der Endverbraucher

Verbraucher und ihre Kaufentscheidungen, welche den Energieverbrauch für viele Jahre im Voraus bestimmen, sind die primären Zielgruppen des Energielabels. Um sicherzustellen, dass Verbraucher die Labels bei ihrer Entscheidung mit einbeziehen, müssen sie sich dieser vollkommen bewusst sein und ihren Inhalt verstehen.

Das richtige Verständnis hat mit der Einführung der neuen Energielabels an Wichtigkeit zugenommen. Das Come On Labels Projekt hat daher beispielsweise folgende Verbreitungsaktivitäten organisiert:

- Zahlreiche Pressemitteilungen und Artikel in Zeitungen und Zeitschriften
- Veröffentlichung von Broschüren, Posters oder Lesezeichen, die über Geschäfte, Informationszentren, Energieunternehmen, Büchereien, etc. an die Endverbraucher verteilt werden bzw. wurden.
- Organisation und Teilnahme an Veranstaltungen, Seminaren, Messen und Ausstellungen, bei denen das Energielabel den Besuchern und Teilnehmern erklärt wurde bzw. wird



Lesen Sie in den folgenden Kapiteln mehr über die Erfahrungen im Rahmen des Projekts und seine Erfolge!

Mehr über Energielabelling und die Projektergebnisse finden Sie unter:

A+++

www.come-on-labels.eu

Einführung

Das Come On Labels Projekt wurde im Jahre 2009 geplant und zwischen 2010 und 2013 über Aktivitäten in 13 Europäischen Ländern implementiert. Das primäre Ziel war es, die Rolle des Energielabels bei der Förderung von energieeffizienten Geräten auf dem Markt zu unterstützen. Um dieses Ziel langfristig zu erreichen, wurden folgende spezifische Maßnahmen und Aktivitäten organisiert:

- Erhöhen des Bewusstseins bezüglich der EU-Gesetzgebung und der entsprechenden Implementierung bei den Behörden, Marktteilnehmern und in der allgemeinen Öffentlichkeit
- Zusammenstellen und Austausch von Daten zu Gerätetests
- Begehung von Hunderten von Geschäften, um das ordnungsgemäße Anbringen der Labels zu prüfen
- Organisation verschiedener Aufklärungsmaßnahmen, die auf die Öffentlichkeit zielen
- Bewertung von Programmen für einen frühzeitigen und besseren Austausch / Ersatz

Die Aktivitäten des Come On Labels Projekts beziehen sich auf alle Geräte, die das Energielabel tragen – sowohl die „neuen“ Energielabels (beginnend mit Kühlgeräten, Geschirrspülmaschinen, Waschmaschinen und Fernsehern), als auch die „alten“ Energielabels (Herde/Backöfen, Lichtquellen, Klimaanlage und Trockner). Der Schwerpunkt muss jedoch bei den neuen Energielabels und ihrer schrittweisen Implementierung und dem Inkrafttreten bei einer ständig wachsenden Anzahl an Geräten und Produkten liegen.

Das Come On Labels Projekt (und seine Website) stellt Ihnen folgende Informationen zur Verfügung:

- Übersicht über die europäische und die relevante nationale Gesetzgebung zur Kennzeichnung von Geräten.
- Beschreibung des Systems der Gerätetests, die sicherzustellen sollen, dass die Geräteeigenschaften mit den Informationen des Labels übereinstimmen.
- Informationen über bekannte Gerätetests, die während des Verlaufs des Projekts durchgeführt wurden.
- Übersicht darüber, wie Labels in den Geschäften korrekt angebracht und wie dies kontrolliert werden sollte.
- Beschreibung der aktuellen Situation hinsichtlich des Vorhandenseins von Labels in den Geschäften, was anhand von Besuchen durch Projektpartner geprüft wird.
- Vielseitige Fördermaßnahmen mit dem Ziel, die allgemeine Öffentlichkeit dazu zu animieren, bei der Wahl von Geräten die Informationen des Energielabels mit einzubeziehen.
- Übersicht und Bewertung von politischen Instrumenten, um einen frühen und besseren Austausch / Ersatz von Geräten zu fördern.

Die Organisation, der Inhalt und die Interaktion der Arbeitspakete des Projekts waren wie folgt:

1) Verwaltung und Konsortium Management

Interne Projektverwaltung und Management

2) Gesetzgebung bezüglich des Energielabels

Prüfen der europäischen und nationalen Gesetzgebung und der Konformität letzterer mit den relevanten Ökodesign-Richtlinien und Implementierung von Maßnahmen.

Detaillierte Beschreibung der Gesetzgebung bezüglich Gerätegruppen, wie etwa Trockner, Lichtquellen und Klimaanlage, für die im Verlaufe des Projekts neue Gesetze ausgearbeitet wurden. Situation der



Überwachungsaktivitäten in einzelnen Ländern, in denen das Projekt durchgeführt wird, mit einer Übersicht der realisierten Aktivitäten sowie Möglichkeiten für eine Verstärkung dieser Aktivitäten, wo dies notwendig erscheint.

3) Tests von Geräten

Die Verfahren und eine Liste von bekannten nationalen (oder regionalen) Gerätetests (vornehmlich im Rahmen von nationalen Überwachungsmaßnahmen des Marktes und von europäischen Projekten für Kontrolltests von Geräten realisiert) wurden ausgearbeitet und verteilt. Eine Empfehlung für weitere Aktivitäten und Instrumente zur Verstärkung der Überwachung wurde ausgearbeitet und mit Mitgliedern des Konsortiums und anderen Institutionen und Organisationen auf nationaler und EU-Ebene diskutiert.

4) Händlerkonformität

Das ordnungsgemäße Vorhandensein von Labels in Geschäften wurde untersucht. Das Monitoring wurde von Projektpartnern in 13 Ländern durchgeführt. Die allgemeine Situation des ordnungsgemäßen Anbringens der Labels wurde nach Geräte- und Geschäftstyp überprüft. Die sich ausbreitende Präsenz der neuen Labels wurde überwacht und seine Auswirkungen in den Geschäften unter den Händlern und anderen Akteuren diskutiert. Es wurde ein Trainingshandbuch in 11 Sprachen erstellt und verteilt, um das ordnungsgemäße Anbringen der Label weiterhin zu unterstützen.

5) Förderung von Energielabels - Verbreitung

Konkrete Aufklärungs- und Informationsmaßnahmen wurden durchgeführt, um unter den Endverbrauchern und Händlern die korrekten und aktuellen Informationen auf Energielabels zu verbreiten. Es fanden vielseitige Aktivitäten statt, von den gängigen Medien (wie Artikel, Pressemitteilungen, TV-Auftritte), über gedruckte Dokumente (etwa Prospekte, Broschüren, Poster und Lesezeichen) bis hin zur Organisation von Veranstaltungen, Seminaren, Messen und Konferenzen. Das Ziel war, das Bewusstsein zu erhöhen und verstärkende Faktoren bei der großflächigen Verbreitung der Ergebnisse zu nutzen.

6) Ersatz von alten, ineffizienten Geräten

Selbst wenn das System der Energiekennzeichnung korrekt funktioniert, kann es sein, dass der Austausch / Ersatz von alten Geräten durch neue, effizientere nicht so schnell vonstattengeht, wie gewünscht. Das Projekt analysierte daher mögliche politische Instrumente und bewertete den Einfluss auf die Kaufentscheidungen des Endverbrauchers und überwachte bereits vorherig organisierte und aktuell laufende Kampagnen und Aktivitäten, um einen frühzeitigen und besseren Austausch / Ersatz von Geräten zu fördern.

7) Abschließende Empfehlungen:

Die Erfahrungen aus dem Projekt und seine abschließenden Empfehlungen wurden ausgearbeitet und im Final Publishable Report (dieses Dokument) während der Abschlussveranstaltung am 15. März 2013 in Brüssel – unter starker Beteiligung von Interessenvertretern aus allen Segmenten der Marktteilnehmer – sowie während einer Reihe von nationalen Veranstaltungen in allen teilnehmenden Ländern präsentiert.

8) Gemeinsame Verbreitungsaktivitäten

Aktivitäten, die unter der Leitung und auf direkte Anfrage der Europäischen Kommission und der Exekutivagentur für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation stattfanden.

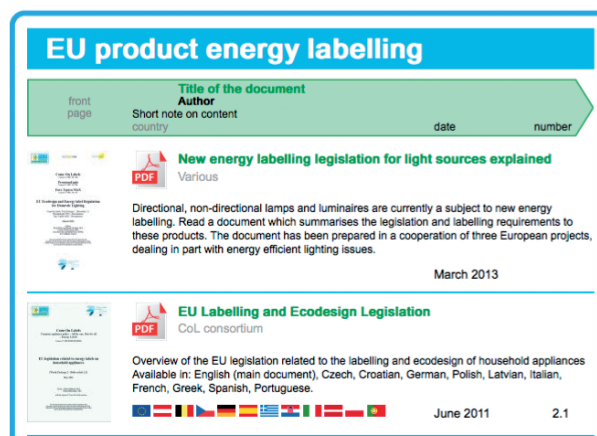
Project's target groups and key actors and their involvement in the project:

Staatliche Institutionen	<ul style="list-style-type: none">erhielten Auswertungen der gesetzlichen Anforderungen mit Ziel ein gemeinsames Verständnis zu schaffenerhielten Informationen über die Ergebnisse der Kontrollen um das Bewusstsein zu stärkenTeilnahme an Ausbildungen, Veranstaltungen Shop Visits und Erfahrungsaustausch zum Thema Marktüberwachung
Lieferanten (Hersteller und Importeure)	<ul style="list-style-type: none">haben Trainings-Handbücher erhaltenNahmen an Projektveranstaltungen teilhaben zu Öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten im Konsumenten- und Händlerbereich beigetragen
Händler	<ul style="list-style-type: none">haben ihre Erfahrungen mit dem Thema Labelling mitgeteilthaben an Händler-Trainings und e-Learning zum Thema EU-Label teilgenommenhaben sich an ausgewählten öffentlichkeitswirksamen Aktionen beteiligt
Verbraucherverbände und NGOs	<ul style="list-style-type: none">haben die Organisation der Shop Visits unterstütztBeteiligung an Öffentlichkeitswirksamen Aktionenhaben zur Verbesserung der Überwachungstätigkeit beigetragen
Breite Öffentlichkeit	<ul style="list-style-type: none">profitiert von verbesserten Wissen das EU-Label betreffenderhalten Antworten auf Fragen betreffend Labeldesign und -inhalt
Internationale Organisationen und andere Nationale Institutionen	<ul style="list-style-type: none">Come on Labels Projektmitglieder kooperierten mit Organisationen wie der EnR Energy Labelling and Design Arbeitsgruppe, ADCO Labelling group, IEA 4E und relevanten Intelligent Energy Europe Projekten durch den Austausch von Erfahrungen und die Suche nach Lösungen für eine verbesserte und verstärkte Überwachung

Gesetzgebung zur Energiekennzeichnung von Geräten

Kurze Zusammenfassung des neuen EU-Kennzeichnungsrechts

Dieses Kapitel ist ein Auszug aus dem Projektdokument "EU-Gesetzgebung betreffend Energielabels für Haushaltsgeräte"; die erste Version wurde im Mai 2011 in 11 Sprachen veröffentlicht mit Aktualisierungen bei einzelnen Gerätegruppen, wenn relevante Gesetze angepasst wurden. Die kompletten Dokumente stehen hier zur Verfügung: <http://www.come-on-labels.eu/legislation/eu-product-energy-labelling>



Council Directive 92/75/EEC which formerly governed energy labelling has been replaced by the new Die Richtlinie des Rates 92/75/EEC, die vorher die Energiekennzeichnung regelte, wurde durch die neue Rahmenrichtlinie 2010/30/EU ersetzt, die seit Juni 2010 in Kraft ist. Für individuelle Gerätegruppen werden die existierenden Labels Schritt für Schritt durch produktspezifische Implementierungsmaßnahmen auf die neuen Labelformate umgestellt. Die ersten Gerätegruppen, für die die „neuen Energielabels“ eingeführt wurden, sind Kühlschränke und Gefriertruhen, Waschmaschinen, Geschirrspülmaschinen und eine Gruppe, die bisher noch nicht gekennzeichnet wurde, nämlich TV-Geräte. Später kamen weitere Gruppen hinzu, wie die Klimaanlage, Wäschetrockner, Lampen und Beleuchtungskörper.

Das EU-Energielabel basiert auf dem Prinzip der Konformitätserklärung, wodurch der Lieferant die volle Verantwortung für die auf dem Label angegebenen Informationen trägt. Zusammengefasst sind die Hauptunterschiede zwischen dem alten und dem neuen Energiekennzeichnungssystem folgende:

- **Keine nationale Implementierung erforderlich:** Die Implementierung der neuen Energieetikettierung erfolgt nicht mehr in Form von Richtlinien, die eine Umsetzung in nationales Recht erfordern, sondern in Form von "delegierten Regelungen", die unmittelbar in allen Mitgliedstaaten anwendbar sind. Nur mehr die Durchführung von Monitoring und Evaluierung obliegt den nationalen Kontrollaufsichtsbehörden, gemäß dem Subsidiaritätsprinzip.
- **Die Energiekennzeichnung wird weitere Geräte umfassen:** Das neue Labelling-Schema erfasst grundsätzlich jedes Produkt, das Energie verbraucht oder den Energieverbrauch beeinflusst („energiebezogenes Produkt“). Im Oktober 2010 wurde ein Label für TV- Geräte eingeführt (verpflichtend ab November 2011). Andere Geräte werden folgen, wie z.B. Boiler, Wasserkocher, Klimaanlage, Staubsauger, Dunstabzüge etc.



- **Energieklassen A+, A++ und A+++:** Sofern es die technische Entwicklung für das jeweilige Produkt erlaubt, können diese neuen Effizienzklassen auf dem Label eingeführt werden. Die Klassen A+, A++ und A+++ gibt es bereits für Kühl- und Gefriergeräte, Waschmaschinen und Geschirrspüler. Für TV-Geräte werden sie entsprechend einem bereits festgelegten Zeitplan eingeführt.
- **Sieben Energieeffizienzklassen:** Prinzipiell sollte das Energieetikett nur sieben Energieeffizienzklassen zeigen. Wenn also A+++ die höchste Klasse ist, wird die niedrigste Stufe D sein, anstelle von G. Die höchste Stufe muss immer grün sein und die niedrigste rot.
- **Neue Berechnungsmethode:** die Berechnungsgrundlage für den Energieeffizienzindex, der im Allgemeinen verwendet wird, um die Energieeffizienzklasse des Gerätemodells festzulegen, wurde aktualisiert, um den aktuellen Verbrauch des etikettierten Produkts besser wiederzugeben. Bei Waschmaschinen beispielsweise bildet jetzt der Energieverbrauch für 40 bzw. 60 Grad Baumwolle, volle bzw. halbvolle Ladung sowie im Stromsparmodus die Berechnungsbasis.
- **Neue Informationen auf den Labels:** Die neuen Labels enthalten zusätzliche Symbole, um die spezifischen Geräteeigenschaften (wie Kapazität, Leistungsindikatoren, Vorhandensein eines „Aus-Schalters“, etc.) hervorzuheben. Auf der anderen Seite enthalten die Energielabels von Waschmaschinen und Geschirrspülmaschinen nicht mehr die Waschleistungsstufe: da alle marktgängigen Modelle eine Wascheffizienz von A aufweisen, gilt diese Leistung als spezifische Minimalanforderung für die Markteinführung im Rahmen der relevanten Ökodesign-Regelung. Zusätzlich werden jedoch der jährliche Strom- und Wasserverbrauch auf dem Label als Jahresverbrauch angegeben.
- **Sprachneutrales Label:** Die neuen Labels sind in allen EU-Mitgliedstaaten dieselben, ohne nationalsprachliche Versionen. Diese Verbesserung wurde durch eine Darstellung der Information in Form von Piktogrammen anstelle verbaler Beschreibung erzielt. In Folge wird es nur ein einziges Label anstelle der früheren Kombination aus einem sprachspezifischen farblichen Hintergrundlabel und einem sprachneutralen Datenstreifen geben.
- **Internetverkauf eingeschlossen:** Die Gesetzgebung spezifiziert, welche Information dem Kunden beim Verkauf von Geräten übers Internet, Kataloge oder auf ähnlichen Wegen angeboten werden muss, wo der Käufer das Gerät und damit auch das Energielabel nicht real sehen kann.
- **Werbung mit Energieeffizienzklasse:** Ab 2012 muss jegliche Gerätereklamе, die Preis und/oder Energieverbrauch enthält, auch die Energieeffizienzklasse ausweisen.

Zeitplan für die Einführung des neuen Energielabels: Die verpflichtende Anbringung des Etiketts gilt üblicherweise ab einem Jahr nach Inkrafttreten der relevanten delegierten Verordnung. Nach diesem Zeitraum müssen alle neuen Modelle, die in Europa auf den Markt gebracht oder in Betrieb genommen werden, das neue Label im Verkaufsraum / Geschäft tragen.

Die Vorschrift und die gerätespezifischen Verordnungen legen ebenfalls die Verantwortlichkeiten des Lieferanten, Händlers und der Behörden fest. Diese sind zum Beispiel:



Verantwortlichkeiten der Lieferanten sollen sicherstellen, dass:

- alle energiebezogenen Geräte, die unter die Vorschriften fallen, mit einem bedruckten Label ausgestattet sind;
- ein technisches Datenblatt erhältlich ist;
- die technische Dokumentation auf Verlangen den Behörden der Mitgliedstaaten und der Kommission zur Verfügung gestellt wird;
- jegliche Reklame für ein spezifisches Modell die Energieeffizienzklasse aufweist, falls die Reklame energiebezogene oder Preisinformationen enthält;
- jegliches technische Werbematerial, das spezifische technische Parameter eines bestimmten Modells angibt, auch dessen Energieeffizienzklasse anführt.

Verantwortlichkeiten der Lieferanten sollen sicherstellen, dass:

- alle Produkte an der Verkaufsstelle das von den Lieferanten bereitgestellte Etikett deutlich sichtbar außen an der Vorder- oder Oberseite tragen;
- Haushaltsgeräte, die in einer Weise zum Verkauf, zur Vermietung oder zum Ratenkauf angeboten werden, bei der nicht davon auszugehen ist, dass der Endnutzer das Produkt ausgestellt sieht, bei der Vermarktung mit den vom Lieferanten bereitzustellenden Informationen versehen sind;
- bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes Gerätemodell mit energie- oder preisbezogenen Informationen auch dessen Energieeffizienzklasse angegeben wird;
- jegliches technische Werbematerial, das spezifische technische Parameter eines bestimmten Modells angibt, auch dessen Energieeffizienzklasse anführt.

Prüfverfahren zu Marktüberwachungszwecken:

Mitgliedstaaten sind verpflichtet, die Marktaufsicht und das Durchsetzen des Labelling-Schemas zu organisieren. Jeder Mitgliedstaat hat seine eigene Marktaufsichtsbehörde und ein eigenes Aufsichtsorgan.

Generell besteht die Überprüfung der Produktkonformität aus einer Reihe von Tests gemäß dem relevanten EU-Standard. Anbieter/Lieferanten machen die technische Dokumentation für Inspektion durch Marktaufsichtsbehörden zugänglich.

Ein jeder Mitgliedsstaat muss sein eigenes System entwickeln und die notwendigen präventiven Maßnahmen ergreifen, um die Konformität innerhalb eines definierten Zeitrahmens sicherzustellen und im Falle der Nichtkonformität die Markteinführung des Produkts einzuschränken oder zu verbieten.

Alle vier Jahre müssen die Mitgliedstaaten einen Bericht an die EC schicken mit einer genauen Beschreibung ihrer Durchsetzungsmaßnahmen und des Konformitätsgrads in ihren Ländern.

Vergleich zwischen den Anforderungen der Energielabels und denen des Ökodesign

Dieses Kapitel ist ein Auszug aus dem Dokument „Vergleich zwischen den Energieeffizienz Anforderungen für Energielabels und der Ökodesign Gesetzgebung“; veröffentlicht im Juni 2012. Das komplette Dokument steht hier zur Verfügung:

<http://www.come-on-labels.eu/legislation/eu-product-energy-labelling>

Die EU-Energiekennzeichnung der wichtigsten Geräte und anderer Produkte ist ein seit langer Zeit bekanntes und ein geschätztes Werkzeug für Verbraucher, die sich auf diese Weise über die Energieeffizienz und andere funktionale Leistungsqualitäten von Modellen informieren, die sie für den Kauf in Betracht ziehen.

Der Zweck der Energielabels ist, **alle Modelle einer Produktkategorie in einer gewissen Energieklasse aufzulisten**, die normalerweise von A bis G oder von A+++ bis D reichen **und diese Einordnung in den Verkaufsräumen zu zeigen**.

Die Ökodesign-Maßnahmen sind eine andere Reihe von EU-Gesetzen, welche den Energieverbrauch und Aspekte der funktionalen Leistungen von Produkten über eine Reihe von Mindestanforderungen regeln, um auf den Markt gebracht oder in Betrieb genommen zu werden. Im Gegensatz zur Kennzeichnung ist diese Gesetzgebung für den Verbraucher nicht „sichtbar“, da die Produkte, die auf den Markt kommen, automatisch mit den jeweiligen Anforderungen übereinstimmen müssen.

In gewissen Fällen gelten beide Gesetzgebungen für dieselben Produktarten: Für Waschmaschinen, Geschirrspülmaschinen, Kühlschränke, Klimaanlage, Fernseher, Trockner und Lichtquellen wurden beide, das Energielabel und das Ökodesign, durch Verordnungen der Kommission festgelegt.

In der Praxis (in den Geschäften) werden diese Produktarten mit den jeweiligen Energielabels ausgestellt, welche den gesamten Bereich der Energieeffizienzklasse darstellen (etwa von A+++ bis D). Gleichzeitig jedoch verbietet die Ökodesign-Gesetzgebung den Markteintritt unterhalb einer Mindestenergieeffizienzklasse (etwa schlechter als Klasse A).

Die unten aufgeführte zusammenfassende Tabelle zeigt Vergleiche der Energieeffizienzklassen, die bei der Energiekennzeichnung festgelegt werden und von den Ökodesign-Anforderungen für die meisten Produktarten genehmigt sind (Waschmaschinen über 4 kg Zuladung, Geschirrspülmaschinen mit mehr als 10 Besteckgarnituren). Für jede Produktart werden verschiedene Daten für das Inkrafttreten der Gesetzgebung festgelegt.

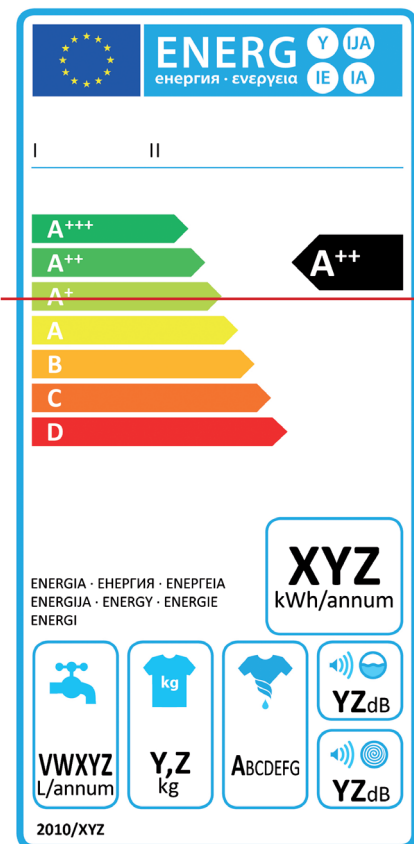


Tabelle: Vergleich der Effizienzklassen in Energieverbrauchskennzeichnung und Ökodesign-Anforderungen, Stand: Juni 2012

Produktgruppen	Energieeffizienzklassen auf dem Label	Energieeffizienzklassen auf dem Markt, Ökodesign-Mindestanforderung	Energieeffizienzklassen auf dem Label, laut Ökodesign-Mindestanforderung nicht mehr erlaubt
Waschmaschinen	A+++ / D	A+++ / A	B, C, D
Geschirrspüler	A+++ / D	A+++ / A	B, C, D
Kühl-/ Gefriergeräte	Kompressorkühltechnologie	A+++ / A+	A, B, C, D
	Absorptionskühltechnologie	A+++ / E	F, G
TV-Geräte	A / G	A / G	
Beleuchtung	A / G	A / C	D, E, F, G

Anmerkung: Die "Plus"-Klassen können für TVs freiwillig benutzt werden, bevor sie obligatorisch eingeführt werden. Das Label wird weiterhin nur sieben Klassen enthalten (in einem solchen Falle würde der letzte Buchstabe entfernt).

Seitdem wurden weitere energieverbrauchsrelevante Produkte hinzugefügt. Die Verordnung (EU) 626/2011 zu Klimaanlage trat im Mai 2011 in Kraft; Anforderungen gelten ab Januar 2013. Die delegierte Verordnung Nr. 392/2012 der Kommission vom 1. März 2012 bezüglich Energiekennzeichnung von Wäschetrocknern trat im März 2012 in Kraft; Anforderungen gelten ab Mai / September 2013. Das neue Energielabel für Wäschetrockner wird die Klassen A+++ / D enthalten. Gleichzeitig wurde die Ökodesign-Verordnung für diese Produktgruppe durch den Regelungsausschuss im Mai 2012 genehmigt; diese sieht vor, die Grenze für den Markteintritt auf die Klasse D und für einige Modelle auf C festzulegen (ein Jahr nach Inkrafttreten der Verordnung). Die Verordnung (EU) 1194/2012 für gerichtete Lichtquellen trat im Januar 2013 in Kraft; Anforderungen gelten ab September 2013.

Weitere Produktgruppen, für die beide, die Energielabels und die Ökodesign-Gesetzgebung, im Verlaufe des Jahres 2013 erwartet werden, sind u.a.: Herde/Backöfen, Wassererhitzer, Heizgeräte, Staubsauger und kommerziell eingesetzte Kühlschränke und Kühltruhen.

Implementierung der Energiekennzeichnung und der Ökodesign Gesetzgebung

This chapter is extracted from the project's document "Energy Labelling and Ecodesign legislation implementation"; published in March 2013. Full document is available here:

<http://www.come-on-labels.eu/legislation/energy-labelling-legislation-in-the-project-countries>

Während der Organisation von Projektaktivitäten wie Begehungen von Geschäften zur Überprüfung des Vorhandenseins von Energielabels, Zusammentragen von Informationen zu Produkttestaktivitäten, Aufklärung der Verbraucher hinsichtlich des Energielabels und Bewertung der Erfahrungen mit Aus- / Umtauschsystemen / -schemen von Geräten war der regelmäßige Kontakt mit den Marktaufsichtsbehörden sowie den wichtigsten nationalen Akteuren, wie etwa den Repräsentanten der Regierung, Herstellern und Einzelhandelsverbänden, etc. einer der wichtigsten Punkte der Come On Labels Projektaktivitäten in allen 13 teilnehmenden Ländern¹ Viele der relevanten Erfolge des Projekts, wie die Übersicht über das Vorhandensein von Labels nach Produktart und Geschäftsart oder Beispiele zu Gerätetests wurden diskutiert mit dem Ziel, die Qualität der Marktüberwachungsaktivitäten und damit das Konformitätsniveau von Produkten / Geschäften sowie die Kundenzufriedenheit zu verbessern.

Eines der spezifischen Projektergebnisse war eine detaillierte Prüfung des Grads und der Art der Überwachungsaktivitäten, die in den einzelnen am Projekt teilnehmenden Ländern durchgeführt wurden.² Beispiele der im Haupt-Deliverable beschriebenen Aktivitäten werden folgend aufgeführt:



Ein positives Beispiel für die Erhöhung der Überwachungsaktivitäten kommt aus der **Tschechischen Republik**. In der Vergangenheit wurde nur eine beschränkte Anzahl an Geschäften besucht, um das Vorhandensein der Energielabels zu prüfen, zum Beispiel vier im Jahre 2010. Im Jahre 2011 stieg die Zahl auf 18 überwachte Geschäfte und im Jahre 2012 auf fast 300 Geschäfte. Die Gesamtergebnisse wurden in einer Pressemitteilung bekannt gegeben. Repräsentanten der Behörden bestätigten, dass die Zahl der Shop Visits für die folgenden Jahre beibehalten werden soll. Im Jahre 2011 wurden sechs Kühlgeräte hinsichtlich des Energieverbrauchs getestet und allen wurde die Konformität mit den Angaben auf dem Label bestätigt. Es werden zurzeit keine weiteren Gerätetests erwartet.



Österreich berichtet 70 Shop Visits pro Jahr. Letztes Jahr wurden 70 Produkte identifiziert, die nicht gekennzeichnet waren. Der Grad der Überprüfung von Geschäften wird von den Behörden als ausreichend angesehen und man erwartet daher in der Zukunft keine Verstärkung der Kontrollen. In Österreich werden keine Gerätetests durchgeführt, jedoch wird die aktive Teilnahme an der ADCO Kennzeichnungsgruppe bestätigt.



In **Belgien** arbeiten 1,3 Vollzeitäquivalente im Ministerium, die für die Anpassung der Gesetzgebung verantwortlich sind, und der Aufsichtsbehörde, die für die Umsetzung verantwortlich ist, sowie 0,2 Vollzeitäquivalente, die für das mit der Energiekennzeichnung verbundene Ökodesign und Umweltfragen im Zusammenhang mit Produkten verantwortlich sind. Im Jahre 2011 wurden 202 Geschäfte

¹ Österreich, Belgien, die Tschechische Republik, Kroatien, Deutschland, Griechenland, Italien, Malta, Polen, Portugal, Spanien, GB

² Diejenigen, die an weiteren Informationen zu darauf bezogenen Themen interessiert sind, können ebenfalls andere IEE Projekte einsehen: ATLETE II, mit Fokus auf Marktüberwachungsaktivitäten durch Fragebögen, vornehmlich bezogen auf Waschmaschinen: <http://www.atlete.eu/2/market-surveillance-authorities> und Ecopliant Projekt mit Fokus auf Aktivitäten im Rahmen des Ökodesign: <http://www.ecopliant.eu/activity-streams/work-package-2-establishing-best-practice/>.



überprüft und 3330 von mehr als 20000 kontrollierten Produkten als nicht konform erklärt. 46 Produkte wurden in den letzten 4 Jahren (2009-2012) getestet, vornehmlich Lichtquellen, Kühlschränke und Geschirrspülmaschinen; es wurden keine Sanktionen auferlegt, jedoch passten einige Lampenhersteller die Verpackung der Produkte an. Der Test von drei Einheiten unter der Stufe 2 wird aufgrund der Kosten als einer der abschreckendsten Gründe dafür angesehen, dass nicht mehr Tests durchgeführt werden. Zukünftig werden nationale Laboratorien dazu ermutigt, eine volle Zulassung zu erhalten.



Die Situation in **Deutschland** ist unterschiedlich, da die Überwachungsaktivitäten von den einzelnen Staaten durchgeführt werden. Die Umformung der deutschen Gesetzgebung als Reaktion auf die Änderung der EU-Richtlinien hat die Rolle und Position der Marktüberwachung gestärkt, zum Beispiel durch die Einführung der Anforderung, einen Überwachungsplan einzuführen und Berichte zu erstellen. Zum Beispiel findet im Staat Hessen eine Zusammenarbeit zwischen Behörden und Geschäften nicht nur hinsichtlich der korrekten Kennzeichnung, sondern auch bei der aktiven Förderung effizienter Geräte statt. In Bayern werden für das Jahr 2013 Tests von LED-Lampen hinsichtlich der Energielabels und den Ökodesign-Anforderungen geplant. Rheinland-Pfalz berichtet 211 Shop Visits (einschließlich Erstbegehung und Follow-Up Besuchen) und 18 Fälle von Ordnungsgeldern. Baden-Württemberg legte den Schwerpunkt auf ein Abkommen zwischen dem Umweltministerium und den lokalen Behörden. Dazu gehörten ein spezifisches Ziel für die Durchführung der Marktüberwachung und die Festlegung eines Managementsystems, das sowohl die Kennzeichnung in Geschäften als auch Gerätetests umfasst. Ergebnisse der Aktivitäten und Maßnahmen werden auf nationaler Ebene in der Bund-Länder Arbeitsgruppe ausgetauscht und international innerhalb der ADCO Gruppe für Marktüberwachung.



In **Italien** plant die Überwachungsbehörde, im Zeitraum 2013-2014 ein Programm zur Prüfung von Beleuchtungsprodukten einzuführen, als Teil einer Vereinbarung für die Zusammenarbeit mit der italienischen Industrie- und Handelskammer und in Zusammenarbeit mit den lokalen Handelskammern. Dazu gehören die Inspektion von Herstellern und Vertrieben sowie die Durchführung von Tests in ausgewählten Laboratorien. Allgemein wird erwartet, dass die Lieferanten die technische Dokumentation vorlegen und im Falle von Zweifeln die Konformität durch Ergebnisse von Labortests belegen müssen. Die Kosten der Überwachung werden von der Behörde getragen. Während in Italien allgemein wenige Tests durchgeführt werden, sind für den Zeitraum 2013–2014 Tests von 70 Lichtquellen geplant. Was die Zusammenarbeit und Gelegenheiten zu einem internationalen Informationsaustausch betrifft, begrüßen die Repräsentanten Italiens die Mitgründung von Marktüberwachungsmaßnahmen durch die EU-Programme. Die EU-Kommission bietet sowohl finanzielle Unterstützung als auch die Gelegenheit, sich mit anderen Behörden und Instituten zu treffen, um Erfahrungen auszutauschen sowie Verfahren und, wenn möglich, Ergebnisse zu vergleichen. Auch sind EU-zentralisierte Marktüberwachungsmaßnahmen und von der EU-Kommission entwickelte Studien, wie die Überprüfung von Geschäften im Jahre 2008, oder die Gründung von Tests nach dem Round-Robin-Modell sehr willkommen.



Eines der Länder, in denen eine schwache Prüfung der Konformität stattfindet, ist **Lettland**, wo keine Gerätetests und nur wenige Shop Visits vorgenommen werden. Jedoch kann Lettland von einer signifikanten internationalen Zusammenarbeit profitieren. Das ‚Nordic Project‘, das auf die Marktüberwachung der nordischen Länder zielt, lädt ebenfalls baltische Länder zur Zusammenarbeit ein und die Behörden Lettlands haben bereits ihr Interesse zum Ausdruck gebracht, die Ergebnisse zu erhalten und von den Best-Practice-Erfahrungen zu lernen.



Die Gesetzgebung in **Malta** beinhaltet zum Beispiel das Recht des Amtes für Technische Verordnungen, von den Lieferanten innerhalb eines bestimmten Zeitraums in elektronischem Format technische Dokumentationen anzufordern. Im Falle einer potentiellen oder tatsächlichen Nichtkonformität kann das Amt die Lieferanten auffordern, die Korrektheit der auf ihren Labels oder in den Datenblättern angegebenen Informationen nachzuweisen und die notwendigen präventiven Maßnahmen zu ergreifen, die Konformität sicherzustellen. Im Jahre 2012 fanden etwa 20 Shop Visits statt und weitere 20 sind für das Jahr 2013 geplant. Obwohl bisher keine formellen Strafen erteilt wurden, werden informative Meetings und Trainings für Einzelhändler organisiert, um nicht-konforme Geschäfte über ihre Pflichten bezüglich der Energiekennzeichnung aufzuklären. Es finden keine Gerätetests statt mit dem Argument, dass nationale zugelassene Laboratorien fehlten. Jedoch wurde das Interesse an einem internationalen Austausch von Erfahrungen und Best Practice zum Ausdruck gebracht.



Das letzte Land, das die Vorschrift zur Energiekennzeichnung vollkommen umsetzte, war **Polen**, das offiziell und öffentlich von der Europäischen Kommission aufgefordert wurde, die Gesetzgebung zu übernehmen. Die Gesetzgebung wurde im September 2012 verabschiedet und trat in Polen am 1. Februar 2013 in Kraft. Zwei Organisationen sind für die Marktüberwachung verantwortlich, eine für alle energiebezogenen Produkte mit Ausnahme von TVs und die andere nur für TVs (und andere Elektronikgeräte, die unter die Überprüfungsaktivitäten fallen). Aufgrund der späten Genehmigung der Gesetzgebung wurden bisher keine formellen Shop Visits und Produkttests durchgeführt und berichtet. Ein Plan für Tests von 12 Produkten wurde für das Jahr 2013 erstellt, wobei bisher jedoch noch keine Gerätekategorie gewählt wurde. Als vornehmliche Hinderungsgründe wurden fehlende finanzielle Ressourcen und andere Prioritäten (Gefahrenprodukte) berichtet. Es besteht jedoch ein Interesse am Austausch von internationalen Projekten und Aktivitäten und der Übernahme von Best Practice Empfehlungen.



Im Zeitraum von 2011 bis 2012 wurden in **Spanien** etwa 450 Geräte und 350 kompakte Leuchtstofflampen auf Vorhandensein der Energielabels hin geprüft. Zusätzlich wurden im Zeitraum von 2008 bis 2011 von den Marktaufsichtsbehörden 36 Geräte auf Konformität hin überprüft. Die Überwachungsaktivitäten wurden von den regionalen Verwaltungen durchgeführt, weitere damit verbundene Aktivitäten wurden von einer nationalen Energiebehörde übernommen; diese arbeitete ein Zuschussystem aus und organisierte individuelle Tests, die von einer Herstellerassoziation veröffentlicht wurden.



Das **Vereinigte Königreich** ist eines der europäischen Länder, das regelmäßig Gerätetests und Überwachungen von Geschäften durchführt. Die Werbeaufsichtsbehörde ist ebenfalls verantwortlich für Anforderungen in den Bereichen Werbung und Fernverkauf. Der Ansatz des „National Measurement Office“ / Nationales Amt für Datenerfassung ist es, die Marktüberwachung mit der Unterstützung der Geschäfte zu verbinden, um die Konformität zu erhöhen. Im Jahre 2012 wurden 188 Einzelhändler besucht, wobei eine Konformität von mehr als 70 % vorlag, und es wurden 28.000 Produkte erfasst, bei einer Konformität von mehr als 60%. Geschäfte, bei denen eine Nichtkonformität bei den Produkten von 50–100% festgestellt wurde, wurden nochmals besucht; andere wurden sogleich beraten, gefolgt von einem Schreiben, das zur Vorlage von Konformitätsnachweisen aufforderte. Was die Gerätetests betrifft, existiert noch keine Übersicht über diese Aktivitäten; individuelle Fälle wurden in Form von Pressemitteilungen veröffentlicht. Das freiwillige System / Schema Energy Saving Trust, das 20 % der energieeffizientesten Produkte umfasst, führte 2010–2011 15 Tests und 2011–2012 9 Tests durch. Die Ergebnisse wurden mit den Lieferanten besprochen.

Shop visits

Zusammenfassung der Methode im Rahmen der Shop Visits

Dieses Kapitel ist ein Auszug aus dem Projektdokument "Korrekte Geräte Kennzeichnung in Geschäften"; veröffentlicht im Juni 2011. Das komplette Dokument steht hier in 11 Sprachen zur Verfügung::

<http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/appliance-labelling-in-shops>



Das korrekte Vorhandensein der Energielabels in den Geschäften oder die spezifische Information in den Katalogen und beim Internet-Verkauf ist wichtig, um den Kunden zu ermöglichen, eine fundamentierte Wahl ihrer neuen Geräte zu treffen.

Die Erfahrung zeigt, dass das Vorhandensein der Labels in den Geschäften der europäischen Mitgliedsstaaten allgemein recht hoch ist. Jedoch existieren immer noch signifikante Probleme in Bezug auf spezifische Gerätegruppen oder Vertriebskanäle.

Die wesentlichen Elemente der Implementierung der Energielabels in den Mitgliedsstaaten wurden in der EU-Rahmenrichtlinie zur Energiekennzeichnung und in den produktspezifischen Implementierungsrichtlinien oder Verordnungen festgelegt sowie in der allgemeinen „Marktüberwachungs“-Verordnung 765/2008/EC. Das europäische Recht definiert die Verantwortlichkeiten der Lieferanten und Händler wie folgt:

- “Lieferanten, die die unter einen delegierten Rechtsakt fallenden Produkte vertreiben oder in Betrieb nehmen, liefern Etiketten und Datenblätter gemäß der vorliegenden Richtlinie und dem delegierten Rechtsakt mit”
- “Händler stellen die Etiketten in lesbarer und sichtbarer Form ordnungsgemäß aus und das Datenblatt in der Produktbroschüre oder in anderen das Produkt beim Verkauf an Endverbraucher begleitenden Unterlagen zur Verfügung”.
- In Fällen, in denen der Konsument das Produkt nicht ausgestellt sieht, wird durch die delegierte Verordnung sichergestellt, dass dem potenziellen Endverbraucher die auf dem Etikett für das Produkt und dem Datenblatt enthaltenen Angaben vor dem Kauf des Produkts zur Kenntnis gelangen.

Nach der europäischen Rahmenrichtlinie müssen die europäischen Mitgliedsstaaten über die Marktüberwachung (Prüfmaßnahmen) die korrekte Kennzeichnung von Produkten sicherstellen. Shop Visits sind eine mögliche Maßnahme, um die Konformität der Einzelhändler sicherzustellen.

Durchsetzen des korrekten Anbringens der Labels in den Geschäften:

Die Mitgliedsstaaten sollen:

- sicherstellen, dass die Lieferanten und Händler ihre jeweiligen Aufgaben erfüllen;
- Institutionen beauftragen, Marktüberwachungsaktivitäten durchzuführen (etwa die Planung und Durchführung von Konformitätsprüfungen von Produkten und von Händlern) und mit den erforderlichen Kompetenzen und Ressourcen ausstatten;
- Marktüberwachungsprogramme entwickeln;
- Regelungen zur Anwendung von Sanktionen festlegen, die bei einem Verstoß gegen die Vorschriften zu verhängen sind;
- Sicherstellen der Kontrolle externer Grenzen;
- alle vier Jahre einen Bericht an die EU-Kommission über die jeweiligen Durchsetzungsmaßnahmen und den Konformitätsgrad in ihren Ländern erstellen.

Prüfaktivitäten:

- Die Prüfung zielt darauf, ob ein Lieferant oder Händler seinen Verpflichtungen in Bezug auf die Rahmenrichtlinie und der Implementierungsregelungen oder delegierten Verordnungen nachkommt.
- Die europäische Gesetzgebung beschreibt die wesentlichen Elemente für die Prüfung der Produktkonformität (durch einen Zwei-Stufen-Gerätetest). Es sind keine allgemeinen Verfahren vorgesehen, um zu prüfen, ob die Händler ihre Verpflichtungen einhalten (etwa Shop Visits). Diese Verfahren werden nach dem Prinzip der Subsidiarität den Mitgliedsstaaten überlassen, obwohl gemäß der Verordnung 768/2008/EC die Marktüberwachung für die Mitgliedsstaaten obligatorisch ist.

Shop Visits

Die Institution / Institutionen, das / die für die Prüfung des Anbringens der Labels in den Geschäften verantwortlich ist / sind, soll / sollen Inspektionen durchführen, um die Konformität mit den Gesetzen zu prüfen.

Die Entscheidung betreffend Umfang bzw. Anzahl der Geschäfte für die verschiedenen Geschäftskategorien kann auf Basis (i) einer statistischen Analyse, (ii) bisheriger Erfahrungen und Erkenntnisse oder (iii) individueller Beschwerden von Verbrauchern erfolgen.

Um das korrekte Vorhandensein der Labels zu prüfen, sollen die Geschäfte dasselbe Verfahren anwenden wie für jede Begehung, um die Ergebnisse der Inspektionen vergleichbar zu halten. Da es kein europaweites Gesetz gibt, das festlegt, wie die Shop Visits durchgeführt werden sollten, hat das Come On Labels Projekt einige Empfehlungen vorbereitet, die auf Erfahrungen anderer Projekte und eigenen Untersuchungen beruhen.

Die Vorgehensweise für die Begehung von Geschäften sollte drei Phasen enthalten: Vorbereitung, Inspektion und Follow-up.

Geschäfte: Ablauf Inspektionen	
Vorbereitung	Auswahl der Produktgruppen, Auswahl der Geschäfte und Ausarbeitung der Checkliste.
Inspektion	<ul style="list-style-type: none"> Shops besuchen und Shops über nächste Schritte informieren.
Follow up	<ul style="list-style-type: none"> Bewertung und Verarbeitung der Ergebnisse Rückmeldung der Ergebnisse an die Shops. Archivieren der Resultate für die nächste Shop/Geräteauswahl Alle Resultate

Das korrekte Anbringen / Anzeigen der Labels an den Geräten sollte anhand der Checkliste (siehe folgende Tabelle) festgehalten werden. Das Geschäft sollte nach Abschluss der Inspektion über die nächsten, von der nationalen Behörde durchzuführenden Schritte informiert werden. Das Follow-up hängt von dem in der nationalen Gesetzgebung festgelegten Prüfungsverfahren ab.

Tabelle: Korrekte Positionierung des Labels

Appliance	Position
Allgemein	An einer gut sichtbaren Stelle, die in der für die Gerätekategorie relevanten Richtlinie spezifiziert ist!
Kühlgeräte, Gefriergeräte und Kühl/Gefrier-kombinationen	Das Label muss außen, an der Vorder- oder Oberseite des Gerätes angebracht werden, so dass es gut sichtbar ist!
Waschmaschinen	
Geschirrspüler	
TV-Geräte	Gut sichtbar auf der Vorderseite des Gerätes
Wäschetrockner	Außen, gut sichtbar an der Vorder- oder Oberseite des Gerätes
Waschtrockner	
Raumklimageräte	
Herde	Das Label muss gut sichtbar an der Außenseite der Tür angebracht werden und darf nicht verdeckt werden. Bei Öfen mit mehreren Backräumen, muss jeder Backraum mit einem eigenen Label gekennzeichnet werden, mit Ausnahme von Backräumen die nicht in den Geltungsbereich der Richtlinie fallen.
Beleuchtung	Das Label muss direkt auf die Verpackung gedruckt oder gut sichtbar an der Außenseite der Verpackung angebracht werden, es darf durch nichts verdeckt werden!

Internet Sites und Versandhauskataloge

Es ist wichtig, dass die Kunden, die das Produkt nicht sehen können (und daher auch nicht das Label) die wesentlichen Informationen über das Produkt erhalten, bevor sie es kaufen.

Die Prüfung von Internet-Verkäufen und Versandhauskatalogen kann auf gleiche Weise durchgeführt werden wie Inspektionen von Geschäften. Die Liste der Informationen / Angaben, die geprüft werden sollen, sind in den produktspezifischen Implementierungsmaßnahmen enthalten.



Prüfen von Produktwerbungen

Gemäß der neuen Rahmenrichtlinie für Energiekennzeichnung muss jede Werbung für ein spezifisches Produkt die Energieeffizienzklasse enthalten, wenn energiebezogene oder Preisinformationen in der Werbung enthalten sind. Daher besteht eine der Maßnahmen zur Marktüberwachung darin, auch zu prüfen, ob die Energieeffizienzklasse in Werbungen immer korrekt angegeben wird.

Zusammenfassung der Ergebnisse in den Geschäften

Diese Kapitel ist eine Erweiterung der drei Shop Visit Durchgänge, die zwischen Dezember 2011 und Februar 2013 durchgeführt wurden. Das komplette Dokument steht hier zur Verfügung:

<http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/status-of-appliance-labelling>

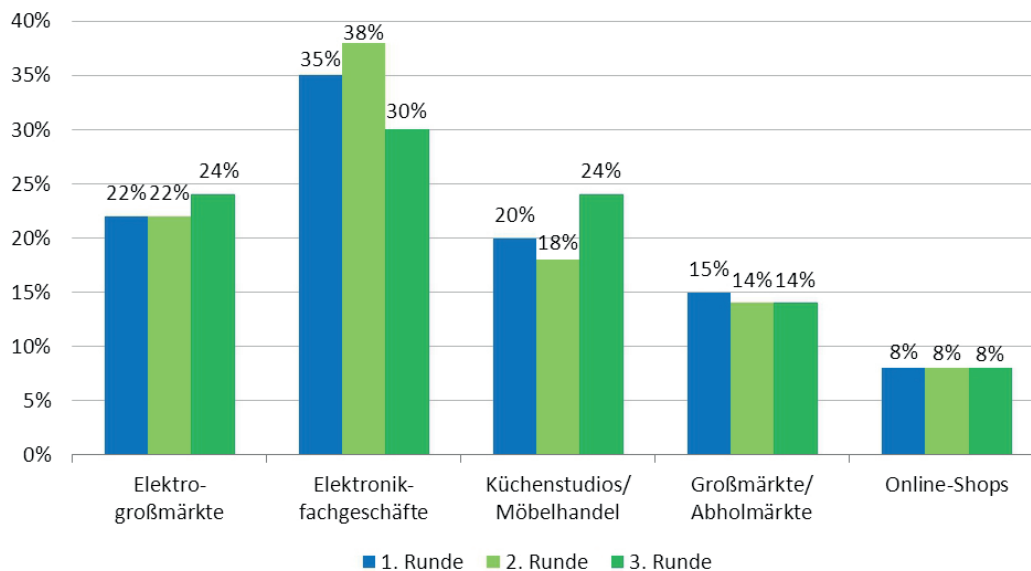
Status of appliance labelling			
front page	Title of the document	Author	
	Short note on content	country	date number
	National Shop Visits Report II	CoL consortium	February 2013 4.9
One of the very visible outcomes of the Come On Labels project is the personal visit of hundreds of shops around Europe, monitoring the proper presence of energy labels on products. Enclosed is a report, summarising the results of shop visits from 13 European countries, covering in total 330 shops, undertaken in second half of 2012. Find out more on the situation related to the proper display of energy labels per product type and per shop type, the presence of new energy labels, and description of situation by each individual country.			
	National Shop Visits Report I	SEVEN, ESCAN	April 2012 4.9
Report on the first set of shop visits.			

Im Rahmen des Come On Labels Projekt hat jeder der 13 Projektpartner im Verlaufe des Projekts wenigstens 20 ausgewählte Geschäfte besucht. Im gesamten Verlauf des Projekts wurden mehr als 900 Verkaufsstellen besucht und überwacht.

- Der erste Durchgang der Shop Visits fand zwischen Dezember 2011 und Februar 2012 statt und umfasste 290 Geschäfte.
- Der zweite Durchgang der Shop Visits erfolgte im Zeitraum zwischen Juli 2012 und Oktober 2012 und umfasste 331 Geschäfte.
- Der dritte Durchgang fand zwischen Januar und Februar 2013 statt und umfasste 305 Geschäfte.

Anmerkung: Die Anzahl und die Eigenschaften der ausgewählten Geschäfte ergaben eine Probengruppe, die für den Gerätemarkt in Europa oder die Verteilung der Geschäftsarten nicht repräsentativ ist. Daher deuten die Ergebnisse der Besuche lediglich einige Trends an und heben einige Probleme bezüglich der Präsentation der Labels hervor, repräsentieren jedoch nicht die volle Situation der Einzelhändler von Haushaltsgeräten, weder auf europäischer noch auf nationaler Ebene.

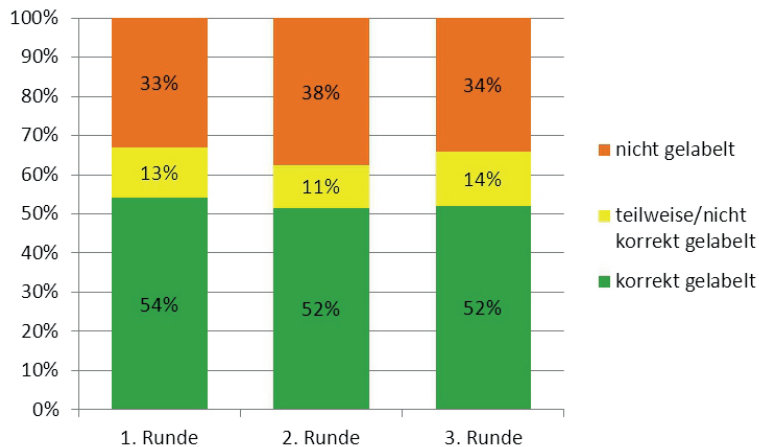
Die unten aufgeführte Abbildung vergleicht den Anteil der besuchten Geschäfte beim ersten, zweiten und dritten Durchgang der Shop Visits. Während die Anzahl der begangenen Geschäfte sich änderte, blieben die Anteile während der ersten und zweiten Durchgänge der Shop Visits ähnlich. Im Verlaufe des dritten Durchgangs der Shop Visits wurden die Elektroniksupermärkte und Küchen- / Möbelstudios etwas häufiger besucht. Auf der anderen Seite wurden weniger Elektrospezialgeschäfte überprüft, während der Anteil an allgemeinen Supermärkten / Cash and Carry Stores sowie der Versandhaus- / Email-Kataloge und Internet Shops ähnlich dem Anteil der vorherigen Durchgänge war.



Der %-Anteil der besuchten Geschäftsarten im 1., 2. and 3. Durchgang der Shop Visits

Konformität nach Geschäftsart

Es sollte angemerkt werden, dass die Konformität nach Geschäftsart erheblich von Land zu Land unterschiedlich ist. Sie bezieht sich lediglich auf die Anzahl vollkommen korrekt bezeichneter Produkte – teilweise oder nicht korrekt bezeichnete Produkte wurden hier nicht beachtet. Im dritten Durchgang wurde die höchste allgemeine Konformität von Geschäften in Deutschland (77 %), Kroatien (73 %), Spanien (65 %), Polen (63 %) und GB (55 %) festgestellt. Die geringste Konformität wurde bei Malta (37 %), Belgien (32 %) und Griechenland (31 %) verzeichnet.



Mittlere Konformitätsrate der Geschäfte im 1., 2. and 3. Durchgang der Shop Visits - Zusammenfassung nach Geschäften

Weiterhin variiert die vollkommene Konformität erheblich in Abhängigkeit von der Geschäftsart. Sie liegt im Bereich von 26% bei Küchen- / Möbelstudios bis hin zu 70 % in Elektroniksupermärkten.

Allgemein sind die **Küchen- und Möbelstudios** der Geschäftstypus mit dem geringsten Anteil an ordnungsgemäß gekennzeichneten Produkten, gefolgt von **allgemeinen Supermärkten und Elektrospezialgeschäften**. Im Falle der Küchen- und Möbelstudios verschlimmert sich die Situation, wenn man alle drei Durchgänge der Shop Visits vergleicht. Nur 26 % aller Geräte waren im letzten Durchgang ordnungsgemäß gekennzeichnet (30-33 % in den vorherigen Shop Visits). Allgemeine Supermärkte zeigten einen ähnlichen Trend mit einer allgemeinen Konformität, die gerade einmal 50 % im dritten Durchgang der Shop Visits erreichte. Dies führte zur Schlussfolgerung, dass Geschäfte, die eine große Vielzahl an Produkten verkaufen, unterschiedlich gut mit der korrekten Energiekennzeichnung umgehen. Dies hängt vor allem von der Art der angebotenen Produkte, dem Umsatz der spezifischen Modelle, der Lieferung von Energielabels durch den Hersteller / Importeur, der Kenntnis der Mitarbeiter in den Geschäften, etc. ab.

Die Ergebnisse des dritten Durchgangs der Shop Visits zeigen weiterhin, dass die Konformität bei **Elektroniksupermärkten** allgemein hoch (70 %) und relativ stabil bleibt im Vergleich zum ersten (76 %) und zweiten (71 %) Durchgang der Shop Visits. Jedoch sind signifikante Unterschiede ersichtlich, wenn man die einzelnen Länder vergleicht. In Ländern wie Österreich, der Tschechischen Republik, Deutschland, Italien, Polen, Spanien und GB liegt die Konformität bei dieser Geschäftsart bei über 80 %, während in einigen anderen Ländern die Konformität wesentlich niedriger ist: etwa 45 % in Griechenland und 39 % in Malta.

Elektrospezialisten stellen 31 % aller vom Projektkonsortium besuchten Geschäfte dar. Die allgemeine Konformität in diesem Geschäftstypus wurde zum zweiten Male in Folge verbessert. 56 % aller Geräte in den Geschäften dieser Art waren korrekt gekennzeichnet im Vergleich zu 52 % im zweiten Durchgang der Shop Visits und 48% beim dritten Durchgang. Die Konformität innerhalb dieser Geschäftskategorie ist von Land zu Land signifikant unterschiedlich, abhängig von den einzelnen geprüften Geschäften. Zum Beispiel fiel im Vergleich zum zweiten Durchgang der Shop Visits die Konformität bei diesem Geschäftstyp in Deutschland stark von ca. 80 % auf 59% ab (wahrscheinlich als Ergebnis einer eventuell absichtlichen Wahl von Geschäften, die unter dem Verdacht standen, nicht konform zu sein). Die Konformität in Griechenland, Malta und Belgien blieben weiterhin niedrig, jedoch stabil, während sich in Kroatien die Situation mit ca. 78 % aller Geschäfte dieser Kategorie, die die Energielabels ordnungsgemäß vorwiesen, verbesserte.

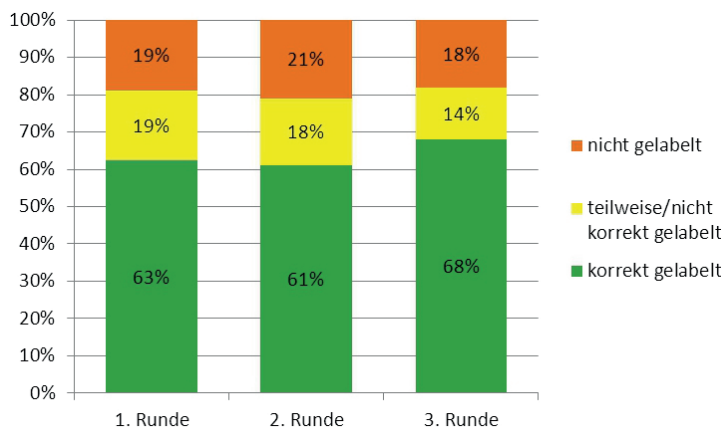
Jedoch muss erwähnt werden, dass die Ergebnisse der Shop Visits stark durch die Auswahl der Geschäfte beeinflusst sind. Deutschland, die Tschechische Republik, Spanien und GB wählten bewusst eine größere Anzahl an Küchen- / Möbelstudios und / oder „Cash and Carry“-Geschäften. Österreich, Griechenland, Lettland, Malta und Polen konzentrierten sich auf Geschäfte mit einem größeren Verkaufsanteil in diesem Markt; wobei Belgien, Kroatien, Italien und Portugal alle Geschäftstypen gleich abdeckten.

Was die teilweise und / oder nicht korrekte Präsentation der Energielabels betrifft, so sind Internet Shops die problematischste Geschäftsart, wenn man alle drei Durchgänge der Shop Visits vergleicht. Trotz einer Verbesserung im Vergleich zum zweiten Durchgang der Shop Visits stellen in 35 % der Fälle Web Shops den Verbrauchern nicht alle erforderlichen Informationen des Energielabels zur Verfügung. Die EU-Gesetzgebung zur Energiekennzeichnung fordert, dass spezifische Informationen zusammen mit dem angebotenen Produkt im Internet oder in Verkaufskatalogen angegeben werden. Obwohl Daten wie die Energieklasse oder das Volumen der Produkte allgemein korrekt angegeben werden, fehlen oft andere Informationen wie Geräuschpegel oder Klimaklasse (für Kühlgeräte)¹

Konformität nach Gerätegruppe

Im Vergleich zum ersten und zweiten Durchgang der Shop Visits stieg die allgemeine Anzahl der Geräte mit einem korrekt angebrachten Energielabel **im dritten Durchgang der Shop Visits** an.

Das wichtigste Ergebnis ist, dass während die Anzahl der korrekt angebrachten Energielabels in den ersten zwei Durchgängen zwischen 63 % und 61 % lag, diese Zahl im dritten Durchgang **auf 68%** anstieg. Der Anteil an nicht gekennzeichneten Produkten blieb relativ stabil zwischen 19 % und 21 % während des ersten Durchgangs der Shop Visits und 18 % während des dritten Durchgangs. Gleichzeitig fiel der Anteil an nicht korrekt gekennzeichneten Produkten von 19 % und 18 % während der ersten beiden Durchgänge der Shop Visits auf nur 14 % im dritten Durchgang. Diese Änderung kann vornehmlich mit der steigenden Präsenz der neuen Energielabels auf dem Markt begründet werden, die in einem Teil geliefert werden.



Energielabel Konformität nach kontrollierten Produkten

¹ Als Beispiele für falsch bezeichnete Geräte in Internet Geschäften sehen Sie sich bitte den Bildabschnitt am Ende des Dokuments an. Sie beschreiben den zweiten Durchgang der Shop Visits.

Insgesamt wurden 60149 Geräte während des dritten Durchgangs der Shop Visits geprüft. Im ersten Durchgang wurden etwa 51.000 Produkte überprüft. Im Verlaufe des zweiten Durchgangs der Shop Visits wurden ca. 76.000 Produkte geprüft. Diese Zahlen beinhalten keine Lampen, bei denen gewöhnlich die Energielabels auf die Verpackung gedruckt werden.

Insgesamt **68 % der geprüften Geräte waren korrekt gekennzeichnet**, 14 % teilweise / nicht korrekt und 18 % gar nicht (gewichteter Mittelwert). Generell existiert eine signifikante Konformitätsdifferenz zwischen traditionellen elektrischen Küchen- und Haushaltsgeräten wie Kühlgeräten, Waschmaschinen etc. und Geräten, die weniger häufig in Haushalten vorzufinden sind oder die das Label erst seit kürzerer Zeit tragen und / oder in anderen Geschäftsarten verkauft werden, wie etwa Klimaanlage, Elektroöfen, Wäschetrockner.

Zu den häufigsten Beispielen für nicht korrekt angebrachte Labels gehören:

- Mit anderen Stickern und Aufklebern, Werbematerial oder Preisetiketten verdeckte Energielabels
- Labels, die in den Geräten, an der Seite oder der Rückseite angebracht wurden
- „DIY“-Labels, vom Händler handschriftlich hergestellte Labels
- Labels, die in Plastikhüllen versiegelt sind und für den Kunden in den Geschäften nicht zugänglich sind
- Bei alten Labels – nur der Datenstreifen oder nur der Hintergrund mit den farbigen Pfeilen, aber ohne Symbole
- Labels, die nicht zum Gerät gehören.
- Zwei Labels für ein Gerät – in einigen Fällen wurden beide, das alte und das neue Label mit unterschiedlichen Energieklassen dargestellt.
- Bei Internet Shops sind einige der vorgeschriebenen Daten nicht vorhanden.
- Ausweisen von nicht existierenden Energieklassen, wie etwa A+++++ oder A+++ -20 %, in Online-Shops.

Im Verlaufe aller drei Durchgänge der Shop Visits wurden in verschiedenen Ländern in einigen Geschäften informelle Befragungen der Mitarbeiter der Geschäfte durchgeführt, um Feedback zu sammeln, warum Labels in einigen Geschäften oder bei einigen Produkten nicht vollständig dargestellt werden. Diese Befragungen basierten auf freiwilliger Zusammenarbeit – nicht als ein formeller Teil des Projekts. Einzelhändler haben jedoch **folgende Gründe aufgeführt, warum Labels nicht korrekt dargestellt / ausgewiesen wurden:**

- Das nationale System der Verteilung von Energielabels an die Geschäfte beeinflusst die Verfügbarkeit von Labels. In Ländern, in denen die Labels nicht von den Handelskammern verteilt wurden, kann die Verantwortung der individuellen Lieferanten, beide Teile des alten Labels zu liefern, geringer sein.
- Manchmal sind die Energielabels in Plastikhüllen versiegelt, die weder das Geschäft noch der Kunde öffnen möchte, da das spezifische Gerät ein gebrauchtes Gerät sein könnte oder andere Inhalte der Hülle verloren gehen könnten.
- Das Aufkleben des Labels auf ein Gerät könnte an der Oberfläche des Produkts Rückstände des Klebers hinterlassen, wenn das Label entfernt wird.
- Die ästhetischen Aspekte der Labels an den Produkten, vornehmlich für Einbaugeräte und in Küchen- / Möbelstudios.
- Der Einsatz von eigenen „Öko“-Labels in den Einzelhandelsgeschäften. Diese an ausgewählten Produkten angebrachten Labels sind klar sichtbar und oft Teil von Marketingaktivitäten im jeweiligen Geschäft.

Jedoch sind die Kriterien für die Auswahl der Geräte oft nicht verfügbar und in jedem Falle steht dieses Verhalten im Kontrast zur Verpflichtung der Händler, die in der Rahmenrichtlinie zur Energiekennzeichnung festgelegt wurde.

- Argumente in dem Sinne, kein Interesse an den Labels zu haben, als wäre das Label eine Optionsfrage.
- Geringer Umsatz von einigen Produkten, wodurch mutmaßlich alte Produkte in den Geschäften stehen, die vor Inkrafttreten der neuen Gesetzgebung auf den Markt gebracht wurden.
- Das obligatorische Anbringen / Anzeigen der Informationen zur Energieeffizienzklasse auf den Katalogseiten und der allgemeinen Produktwerbung von e-Commerce Shops ist den Managern oft unbekannt, da dies eine neue Verordnung ist.
- Behauptung, dass eine andere juristische Person den Verkauf an den Endverbraucher vornimmt als diejenige, die die Produkte in den Shops präsentiert.

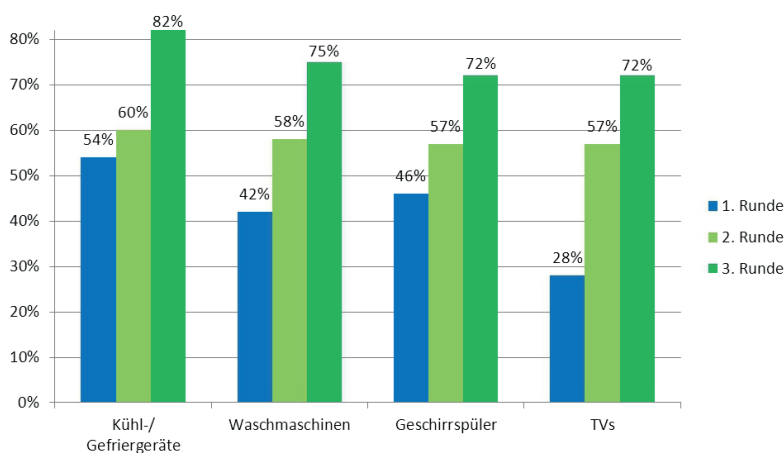
Marktanteil der neuen Energielabels

Bei allen drei Durchgängen der Shop Visits wurde der Anteil der alten und der neuen Labels geprüft und verglichen. Jedoch muss erwähnt werden, dass während des ersten Durchgangs der Shop Visits nicht gekennzeichnete TVs und Weinlagerschränke nicht einbezogen wurden, da das Markteintrittsdatum während der Besuche / Begehungen nicht festgestellt werden konnte (nur Produkte mit den Labels wurden gezählt).

Beim ersten Durchgang der Shop Visits (abhängig von der Produktkategorie) wurden zwischen 42 % und 54 % der Geräte mit der Möglichkeit, das alte oder das neue Label zu tragen, mit einem neuen Label registriert, während zwischen 46 % und 58 % noch das alte Label aufwiesen.

Im zweiten Durchgang der Shop Visits wurde festgelegt, dass der Anteil an neuen Energielabels allgemein bei allen betroffenen Produkten angestiegen war. Dies war insbesondere im Falle der Fernseher sichtbar, für die vorher keine Labels verfügbar waren. In dieser Kategorie wurde ein großer Anteil der Produkte gleich von Anfang an mit dem neuen Label versehen.

Im Verlaufe des dritten Durchgangs konnte der vorher festgestellte Trend bestätigt werden, da der Anteil an Energielabels weiterhin in allen vier Produktkategorien erheblich angestiegen war. Zwischen 71 % und 82 % der Geschirrspülmaschinen und Kühlgeräte sind nun mit dem neuen Label gekennzeichnet. Ähnlich war es bei den TVs. 72 % der während der Shop Visits registrierten TVs trug nun das neue Energielabel. Dies ist ein bemerkenswerter Anstieg, insbesondere im Vergleich zum ersten Durchgang der Shop Visits, bei dem nur 28 % ein neues Label aufwiesen und 72 % überhaupt nicht gekennzeichnet waren.



Anbringen der neuen Energielabels - Zusammenfassung

Beispiele für fehlerhafte Etikettierung von Geräten, die während der Shop Visits festgehalten wurden



Labels displayed at wrong place.





EAN kód	
Kategorie	zpředu piněná
Vlastnosti	
6. smysl Colours	ano
Intuitivní ovládání	ano
Doporučené dávkování	ano
Roční spotřeba energie	155 kWh
Energetická třída	A+++ -20 %
Kapacita prání	9 kg
Green generation	ano
Objem bubny	64 l
Účinnost prání	A
Účinnost odstřeďování	A
Roční spotřeba vody	9900 l
Hlučnost při prání	52 dB
Otáčky odstřeďování	1400 ot/ min
Hlučnost při odstřeďování	76 dB
Zbytková vlhkost	44 %
Referenční program	eco bavlna 60°C bez předprání

Wrong energy class declaration.



Label covered by other document, combination of an old and new label.

Training von Einzelhändlern

Um zur korrekten Anzeige der Energielabels in den Geschäften beizutragen, hat das Come On Labels Projekt ein Trainingshandbuch für Einzelhändler erstellt, in dem folgende Informationen zusammengefasst sind:

- Erklärungen zum Inhalt und der Wichtigkeit der Energielabels
- Anleitung für das korrekte Anbringen
- Fakten und Tipps zu den Labels und der Energieeffizienz für die Verbraucher.



Das Dokument ist in 11 Sprachen und 13 nationalen Anpassungen auf der Website des Projekts erhältlich:
<http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/retailer-training-manual>

Mehr als 1000 Kopien des Trainingsmaterials wurden ausgedruckt und in Umlauf gebracht; zahlreiche elektronische Auszüge wurden an Händler, Lieferanten, Behörden und andere Akteure verschickt. Beispiele für die Nutzung dieses Dokuments:

- **Einzelhändler:**
 - Individuelle Ausbildungstrainings für Mitarbeiter einzelner Geschäfte und Geschäftsketten,
 - Integration in die Ausbildungs- und e-Learning-Programme der Händler
- **Hersteller:**
 - Gemeinsame Verteilung des Materials an einzelne Lieferanten, entweder durch einzelne Hersteller oder in Zusammenarbeit mit dem nationalen Herstellerverband
- **Behörden:**
 - Verteilung an einzelne Inspektoren im ganzen Land
 - Organisation gemeinsamer Veranstaltungen und Seminare für Inspektoren oder Einzelhändler
- **Verbraucher NGOs etc.**
 - Gemeinsame Bewusstseinsbildung über das ordnungsgemäße Anbringen der Displays

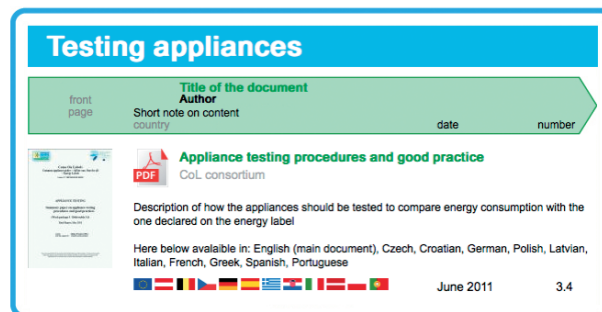
Insgesamt profitierten mehr als 2600 Mitarbeiter in den Geschäften, Repräsentanten von mehr als 830 Geschäften sowie 70 Inspektoren, Lieferanten und andere Akteure in ganz Europa vom Trainingshandbuch für Einzelhändler.

Prüfung der Konformität von Geräten und Labortests

Übersicht des Prüfverfahrens und Marktüberwachung

Dieses Kapitel ist ein Auszug aus dem Projektdokument "Korrekte Gerätekennzeichnung in Geschäften"; veröffentlicht im Juni 2011. Das komplette Dokument steht hier in 11 Sprachen zur Verfügung:

<http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/energy-consumption>



Nach der Veröffentlichung der neuen Kennzeichnungsverordnung 2010/30/EU im Jahre 2010 folgte eine Reihe weiterer Verordnungen, welche die Labels für die häufigsten energieverbrauchenden Produkte festlegte. Die Ökodesign-Verordnungen, die im Jahre 2009 veröffentlicht wurden, legten Mindestanforderungen fest, die Produkte einhalten müssen, um auf dem EU-Markt verkauft werden zu dürfen. Die Konformität mit all diesen Anforderungen muss ebenso geprüft werden, wie die Richtigkeit der Angaben auf dem Label.

Leider wurden im letzten Jahrzehnt lediglich von einigen Mitgliedsstaaten Marktüberwachungsaktivitäten entwickelt und in den meisten Fällen nicht einmal auf kontinuierliche Weise. Seit 2009 hat die Europäische Kommission einige grenzüberschreitende Aktionen durch die Finanzierung von spezifischen Projekten innerhalb des Intelligent Energy Europe Programms unterstützt. Die ADCO-Gruppen (Administrative Cooperation) zu den Themen Ökodesign und Energieverbrauchskennzeichnung wurden ebenfalls festgelegt.

Es sollte auch erwähnt werden, dass es eine der neuen gesetzlichen Anforderungen an die EU-Mitglieder ist, die in der Verordnung 2010/30/EU enthalten ist, dass alle vier Jahre die Erstellung eines Berichts an die Kommission zu erfolgen hat, in dem Details über die Durchsetzungsmaßnahmen und den Konformitätsgrad im jeweiligen Land angegeben werden müssen. Dieser sollte auch Informationen zu Produkttests enthalten.

Das Verfahren, das von den EU-Mitgliedstaaten übernommen werden soll

Unabhängig davon, ob es sich um die alte Implementierungsrichtlinie oder die neue delegierte Richtlinie handelt, basiert das Prüfverfahren auf einem Zwei-Stufen-Ansatz: In Stufe 1 wird der Test an einem Gerät des jeweiligen Modells vorgenommen; wenn eine Nichtkonformität vermutet wird, geht man zu Stufe 2 über, wo drei weitere Geräte des selben Modells getestet werden.

Abhängig vom zu prüfenden Parameter wird in beiden Stufen auf die Werte ein Toleranzspielraum einberechnet (welcher die Unsicherheit bei den Labormessungen berücksichtigt). In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass, während nach den alten Kennzeichnungsrichtlinien der Toleranzspielraum auf Stufe 1 größer war als auf Stufe 2, um die Herstellungstoleranz mit einzubeziehen, die Toleranzspielräume nach den neuen delegierten Verordnungen in den meisten Fällen für jeden geprüften Parameter gleich sind.

Tabelle: Zusammenfassung der EU-Verordnungen und Toleranzen für den Energieverbrauch für die neue Kennzeichnung und Ökodesign-Anforderungen

Geräte	Durchführungsverordnung	Standard	Prüfsystem			
			Stufe 1		Stufe 2	
			Einheit (n)	Toleranz (%)	Einheit (n)	Toleranz (%)
(neue) Energiekennzeichnung						
Kühl-/Gefriergeräte	1060/2010/EU	EN 153	1	10%	3	10%
Waschmaschinen	1061/2010/EU	EN 60456	1	10%	3	6%
Geschirrspüler	1059/2010/EU	EN 50242	1	10%	3	6%
Ökodesign-Anforderung						
Kühl-/Gefriergeräte	643/2009/EC	EN 153	1	10%	3	10%
Waschmaschinen	1015/2010/EC	EN 60456	1	10%	3	6%
Geschirrspüler	1016/2010/EC	EN 50242	1	10%	3	6%

Die europäischen Normungsorganisationen (CEN, CENELEC, ETSI) haben die Aufgabe, die entsprechenden technischen Spezifikationen (etwa die Messstandards) festzulegen. Bei einer Konformität mit diesen Spezifikationen geht man von einer Konformität mit der Gesetzgebung aus. Diese Spezifikationen werden als «harmonisierte Normen» bezeichnet. Das bedeutet:

- Produkte, die in Konformität mit den harmonisierten Normen hergestellt werden, werden als mit den wesentlichen Verordnungen konform angesehen;
- Normen sind nicht obligatorisch, sie bleiben weiterhin freiwillig. Alternative Wege sind möglich. Die Hersteller haben jedoch die Verpflichtung nachzuweisen, dass ihre Produkte die wesentlichen Anforderungen einhalten;
- Standards müssen die wesentlichen Erfordernisse erfüllen, die sich aus der EU-Gesetzgebung ergeben
- nationale Behörden sind weiterhin verantwortlich dafür, die Marktüberwachung in ihrem Territorium durchzuführen und alle erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen, nicht konforme Produkte auf dem nationalen Markt zu vermeiden (und sie sogar zu entfernen).

Vorhandene gesetzliche Verpflichtungen der Mitgliedsstaaten hinsichtlich der Marktüberwachung

Der New Legislative Framework (NLF), der neue gesetzliche Rahmen, eine Modernisierung des neuen Ansatzes für das Marketing von Produkten, wurde im Rat am 9. Juli 2008 angenommen und im Offiziellen Amtsblatt am 13. August 2008 veröffentlicht. Er besteht aus zwei sich ergänzenden Instrumenten: der Verordnung 765/2008/EC für die Zulassung und Marktüberwachung, und der Entscheidung 768/2008/EC, welche einen gemeinsamen Rahmen für das Marketing von Produkten etabliert.

Das Ziel dieses Pakets ist es, die Funktionsweise des internen Binnenmarktes zu erleichtern und die Bedingungen für den Markteintritt eines breiten Spektrums an Produkten auf dem EU-Markt zu stärken und zu vereinfachen. Das Paket

- führt bessere Regelungen für die Marktüberwachung ein, um sowohl die Verbraucher als auch Fachleute vor unsicheren Produkten zu schützen, einschließlich Importe aus anderen Ländern. Dies trifft insbesondere auf Verfahren für Produkte zu, die für die Gesundheit oder die Umwelt schädlich sein können. Diese Produkte würden dann vom Markt genommen;
- verbessert das Vertrauen in und die Qualität der Konformitätsbewertung von Produkten durch verstärkte und klare Regeln hinsichtlich der Notifizierungserfordernisse von Konformitäts-Überwachungseinrichtungen (Test-, Zertifizierungs- und Inspektionslaboratorien), einschließlich einer vermehrten Akkreditierung; ein verstärktes System zur Sicherstellung, dass diese Organisationen die qualitativ hochwertigen Dienste leisten, die die Hersteller, Verbraucher und öffentlichen Behörden benötigen;
- verstärkt die Glaubwürdigkeit und klärt die Bedeutung der CE-Kennzeichnung. Die CE-Kennzeichnung wird zusätzlich als eine gemeinsame Handelsmarke geschützt, was den Behörden und Konkurrenten weitere Mittel in die Hand gibt, gesetzliche Maßnahmen gegen Hersteller zu ergreifen, die dieses Zeichen missbrauchen;
- etabliert einen gemeinsamen gesetzlichen Rahmen für industrielle Produkte in Form eines Werkzeugkastens mit Maßnahmen, die in zukünftigen Gesetzen vorgeschrieben werden können. Dazu gehören unter anderem Bestimmungen hinsichtlich der Marktüberwachung und Anwendung der CE Kennzeichnung. Das Paket legt gemeinsame Definitionen (von Begriffen, die manchmal anders verwendet werden) und Verfahren fest, die zukünftige sektorielle Gesetze ermöglichen werden, um konsistenter und einfacher implementiert werden zu können. Diese sind aus rechtlichen Gründen aufgeteilt, müssen jedoch parallel und gemeinsam zur Anwendung gelangen, da sie sich ergänzen und zusammen die Basis für einen konsistenten gesetzlichen Rahmen für das Marketing von Produkten bilden.

Die Gesetzgebung legt ebenfalls die Verpflichtungen der Mitgliedsstaaten hinsichtlich der Organisation der Marktüberwachung fest. Die Mitgliedsstaaten sollen:

- angemessene Kommunikations- und Koordinierungsmechanismen unter ihren Marktüberwachungsbehörden etablieren;
- angemessene Verfahren definieren;
- Marktüberwachungsbehörden mit den Vollmachten, Ressourcen und Kenntnissen ausstatten, um ihre Aufgaben entsprechend durchführen zu können;

- sicherstellen, dass ihre Marktaufsichtsbehörden ihre Macht nach dem Prinzip der Verhältnismäßigkeit ausüben und einsetzen;
- ihre Marktaufsichtsprogramme definieren, implementieren und regelmäßig aktualisieren;
- regelmäßig die Funktionsweise und ihre Marktüberwachungsaktivitäten prüfen und bewerte

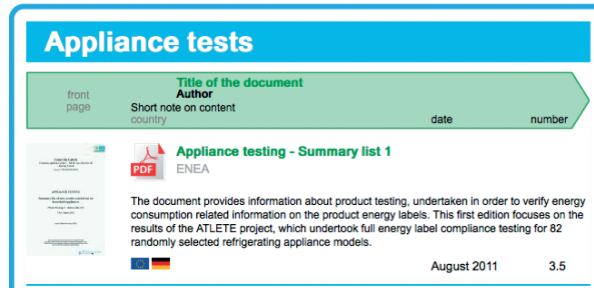
Zum Schluss können Empfehlungen für die Definition und Implementierung eines wirksamen Prüfverfahrens für die EU-Gesetzgebung zu energieverbrauchenden energiebezogenen Produkten ausgesprochen werden:

- Es sollte ein klares, transparentes und präzises Verfahren definiert werden, das an alle Marktteilnehmer weitergegeben und von den Marktaufsichtsbehörden vollkommen befolgt werden muss. Dazu sollte gehören (die Liste ist nicht vollständig):
 - der Einsatz geeigneter Messverfahren und Testbedingungen;
 - die Verpflichtung, das 2-Stufen-Testverfahren einzusetzen in Übereinstimmung mit den produktspezifischen Maßen im Rahmen von EU- Energieverbrauchskennzeichnung/ Ökodesign;
 - die Prüfung aller von den gesetzlichen Bestimmungen geforderten Parameter (zum Beispiel Energieeffizienzklasse, Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Kapazität) – alle Parameter haben den gleichen Stellenwert, wenn es um die Konformität des Geräts geht;
 - Möglichkeit für den Lieferanten, im Falle einer Nichtkonformität in Stufe 1 entweder das Ergebnis zu akzeptieren und sogleich Abhilfemaßnahmen zu ergreifen, oder um die Durchführung der zweiten Teststufe zu bitten.
- Es sollte ein Gespräch mit dem Lieferanten über mögliche Gründe der Nichtkonformität vorgesehen und gefördert werden: das Verständnis hinsichtlich der Gründe der Nichtkonformität ist genauso wichtig wie die Identifizierung dieser Fehler.
- Es sollten seitens der Marktaufsichtsbehörden schrittweise und zeitgerechte Korrekturmaßnahmen definiert werden: diese Maßnahmen sollten immer der Identifikation des nicht konformen Produkts folgen und sollten möglicherweise einen ersten Ansatz für den Produktlieferanten zur Korrektur der Produktdeklaration(en) beinhalten, gefolgt – wenn und wann als notwendig erachtet – von der Auferlegung von Sanktionen und Strafen (effektiv, verhältnismäßig und abschreckend) bis hin zur Verpflichtung, das nicht konforme Produkt vom Markt zu nehmen.
- Es sollte ein „Arbeitsplan“ für die Prüfung des Marktes erstellt werden, der allen Marktteilnehmern angekündigt werden soll. Damit soll der Ansatz deutlich kommuniziert, damit keine Produkte vergessen werden und dass die Marktprüfung eine Routinemaßnahme ist und keine Ausnahme darstellt.

Beispiele bekannter Konformitätsprüfungen

Dieses Kapitel ist ein Auszug aus dem Projektdokument "Zusammenstellung der Prüfergebnisse von Haushaltsgeräte"; veröffentlicht in drei Ausgaben (8/2011, 5/2012 und 3/2013). Die kompletten Dokumente stehen in zwei Sprachen hier zur Verfügung:

<http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/appliance-tests-2011-2013>



Das Come On Labels Projekt hat Informationen über Gerätetests zusammengestellt, die zur Prüfung der Konformität der Energielabels von Haushaltsgeräten durchgeführt wurden. Diese Informationen werden von den Projektpartnern an Akteure wie nationale Überwachungsbehörden, Hersteller- und Einzelhändler, Verbraucherorganisationen, Medien u.a. weitergeleitet.

Die wesentlichen Ziele sind die Förderung der europaweiten Implementierung und die Kontrolle der Durchführung der Energiekennzeichnung und des Ökodesign durch:

- Zusammentragen und Bereitstellen von Resultaten von, in Europa bereits durchgeführten Tests
- Erhöhung der Aufmerksamkeit seitens der nationalen Behörden durch ein stärkeres Bewusstsein für die Auswirkungen der Energiekennzeichnung auf die Energieeffizienz im Land;
- eine konkrete Hilfestellung für die Europäische Union und nationalen Behörden im Hinblick auf die wirkungsvolle Implementierung der Energieverbrauchskennzeichnung;
- Hervorheben eines gemeinsamen Verfahrens zur Prüfung der Energiekennzeichnungserklärung der Hersteller einschließlich der Angabe eines Verfahrens zur Akkreditierung von Laboratorien und zur Auswahl von Modellen.

Überblick über europäische Testaktivitäten:

- **ATLETE Projekt, Intelligent Energy Europe Projekt, 2009-2011²**

Der Schwerpunkt des Projekts lag zunächst auf den Tests von Kühlgeräten mit den (alten) Energielabelangaben. Es war der erste europaweite Test im Rahmen der Marktüberwachung. 80 nach dem Zufallsprinzip ausgewählte Kühlgeräte wurden in ausgewählten Laboratorien getestet. Das Projekt hat konkrete Ergebnisse für Gerätetest-Ergebnisse erbracht und die technische und auch wirtschaftliche Durchführbarkeit der Marktüberwachung nachgewiesen.

Die finalen Testergebnisse zeigen, dass 80 % der Geräte, die Tests unterzogen worden sind und bei denen die Tests auch abgeschlossen wurden, mit der Deklaration über Energieverbrauch und Energieeffizienz-Klasse auf dem –EU-Label übereinstimmen.

² www.atlete.eu



Das National Measurement Office (NMO) testete bei Kühlschränken, Kombi-Kühlschränken und Gefriertruhen die Einhaltung der Angaben auf den Labels und die Ökodesign-Anforderungen.

Es wurden 12 Modelle von Online-Geschäften und Geschäften in den Hauptstraßen erworben und zur Untersuchung an ein unabhängiges akkreditiertes Laboratorium geschickt. Vier dieser Geräte wurden weiteren Tests unterzogen, um eine vermutete Nichtkonformität zu prüfen: Alle vier bestanden die zusätzlichen Tests nicht und waren daher Gegenstand von Durchsetzungsmaßnahmen und Sanktionen. Beim gravierendsten Fall wurde im Testbericht eine Abweichung von 120 Prozent zwischen dem gemessenen und dem angegebenen Energiekonsum festgestellt.

■ GB - Energy Saving Trust, 2010-2012

Das Schema zur freiwilligen Kennzeichnung des Energy Saving Trust Recommended (ESTR) ist ein Beispiel für ein umweltbezogenes Produktinformationsschema mit eigenen Konformitätstests, Durchsetzungsmaßnahmen und Beurteilungen der Produktkonformität.

Von 2010 bis 2012 prüfte der EST die Konformität von 24 Kühlgeräten: Getestet wurden der Energieverbrauch und die Kapazität, jedoch nicht die anderen für die Energiekennzeichnung relevanten Parameter (Lagertemperatur, Temperaturanstiegszeit und Gefrierkapazität). Das Ziel war, die Angaben der (alten oder neuen) Energiekennzeichnungen und die Konformität mit den ESTR Mindestanforderungen zu prüfen (EEI entspricht der Klasse A+).

Was den Energieverbrauch betrifft, wäre bei 4 von 6 Modellen ein Test nach Stufe 2 (Tests bei 3 weiteren Einheiten desselben Modells) erforderlich gewesen, da ein erheblicher Unterschied zwischen den angegebenen und den gemessenen Werten festgestellt wurde, der die Toleranz beim jeweiligen Label-Schema bei weitem überschritt, während der Unterschied bei den anderen zwei Modellen unerheblich war. Die Ergebnisse der Tests wurden mit den betroffenen Herstellern besprochen und im Falle einer Meinungsverschiedenheit wären Tests der Stufe 2 (Tests von drei weiteren Einheiten) durchgeführt worden. Modelle, die nicht konform waren, wurden aus dem EST Recommended Förderschema entfernt und die Ergebnisse wurden ebenfalls der nationalen Marktaufsichtsbehörde mitgeteilt.

■ Spanien - IDAE Tests, 2008 - 2011

In Spanien verwaltet das IDAE, das Institut für Energiediversifizierung und -einsparung, die nationale Datenbank von effizienten Haushaltsgeräten einschließlich der Modelle, die unter das staatliche Rabattschema fallen.

Bei diesen Modellen wurden Konformitätstests der auf den Labels angegebenen Parameter in Übereinstimmung mit der EU-Gesetzgebung und den jeweiligen harmonisierten Normen durchgeführt. IDAE hat von den Herstellern zu testende Modelle erworben, die an das LCOE (das offizielle zentrale Testlabor) geschickt wurden. Allgemein basierte die Auswahl der Modelle auf einer höheren Wahrscheinlichkeit einer Nichtkonformität.

Anzumerken ist, dass, da lediglich ein Gerät pro Gerätemodell getestet wurde, aus den Testergebnissen keine allgemein gültigen Schlussfolgerungen hinsichtlich der Konformität mit den auf den Labels angegebenen Parametern gezogen werden können.

■ Spanien - ANFEL Tests, 2008 - 2011

Die spanische Assoziation der Haushaltsgerätehersteller, ANFEL, nimmt aktiv an der Marktüberwachung teil und meldet nicht konforme Haushaltsgeräte und die jeweiligen Lieferanten. So veröffentlichten sie beispielsweise die Testergebnisse von zwei Kühlschrank-Kombi-Geräten, die ihrer Meinung nach nicht

mit den Angaben auf den Energielabels übereinstimmen. Die nationalen Behörden und die Organisatoren des nationalen Fördersystems wurden gebeten, diese von der Liste der Modelle, die unter das Rabattschema fallen, zu entfernen.

■ Nordisches Projekt: 2011

Ziel des Projekts, das vom nordischen Ministerrat unterstützt wird und im Jahre 2011 anlief, ist es, die Zusammenarbeit unter den nordischen Ländern hinsichtlich der Marktüberwachung zu entwickeln, die Richtigkeit der Angaben auf den Energielabels zu prüfen und zu kontrollieren, ob das Produkt den Ökodesign-Anforderungen für Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland und Island entspricht. Obwohl nur eingeschränkt weitere Informationen zu den technischen Eigenschaften der getesteten Geräte verfügbar sind, ist dies ein gutes Beispiel dafür, wie Tests, die in einem Land entwickelt wurden, als Basis für Marktüberwachungsaktivitäten in anderen EU-Ländern dienen können.

■ Die Niederlande: Tests in deutschen Laboratorien

Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Nutzung von Testergebnissen, die in einem Labor eines anderen Landes gesammelt wurden, ist im „Jahresbericht 2009, Energielabel-Konformität in den Niederlanden“ der niederländischen Behörden zu finden. Wie im Bericht angegeben, wurden die meisten Gerätetests im deutschen VDE Labor in Offenbach vorgenommen. Die Gerätetests folgten einem europäischen Vergabeverfahren, nach dem VDE Offenbach (und TNO Apeldoorn) 2009 für die Durchführung der Tests ausgewählt wurde(n). Basierend auf dem Zufallsprinzip wurden verschiedene Geräte aus jeder Kategorie getestet, um die Konformität mit der Energiekennzeichnung zu überprüfen. Dieses Beispiel demonstriert die Möglichkeit, Tests in Zusammenarbeit zwischen einer Marktüberwachungsbehörde und Laboratorien anderer Länder zu realisieren.

■ Intelligent Energy Europe Projekte 2012–2014

Zurzeit werden verschiedene europäische Projekte mit dem Ziel entwickelt, die Konformität des Energieverbrauch und anderer Parameter gewisser Produktgruppen mit den Angaben auf Energielabels und / oder den Ökodesign-Anforderungen zu prüfen. Zurzeit (Frühjahr 2013) sind dies die Projekte:

- **ATLETE II:** 50 Waschmaschinenmodelle, alle Parameter der Energiekennzeichnung und Ökodesign-Anforderungen werden geprüft, Ergebnisse werden 2014 veröffentlicht;
- **Ecopliant: Motoren** (30–50 Modelle), externe Netzteile (10 Modelle) und 5 Lampenmodelle aus dem tertiären Sektor. Zusammengefasste Ergebnisse werden 2014 erwartet;
- **PremiumLight:** Schwerpunkt auf qualitativ hochwertigen CFL und LED Lichtquellen, 60–80 Modelle, Testergebnisse werden 2013–2014 publiziert;
- **Euro Topten MAX:** hocheffiziente LED Lampen, TV und Wäschetrockner, Ergebnisse im Jahre 2014;
- **MarketWatch:** noch zu definierende Produktkategorien, basierend auf der Wahrscheinlichkeit der Nichtkonformität, Ergebnisse werden 2014 erwartet;
- **CompliantTV:** 125 TVs und 75 Monitore werden hinsichtlich der Konformität der Energiekennzeichnung und der Ökodesign Anforderungen getestet, Ergebnisse werden 2014 erwartet.

Möglichkeiten für ein europäisches Austauschsystem von Testergebnissen

Dieses Kapitel ist ein Auszug aus dem Projektdokument "Vorschlag zum Austausch von Ergebnissen der Gerätetests in Europa"; veröffentlicht im Mai 2013. Das komplette Dokument steht hier zur Verfügung:

<http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/results-exchange>

Die Marktüberwachungsaktivitäten hinsichtlich der Energiekennzeichnung und der Ökodesign-Anforderungen für energiebezogene Produkte in ganz Europa sind fragmentiert und werden nur bei einer kleinen Zahl von EU-Mitgliedstaaten durchgeführt. Die geringen Überwachungsaktivitäten können jedoch die übergeordneten Ziele Energieeffizienz, Verbraucherschutz und fairer Wettbewerb gefährden.

Zu den von den nationalen Behörden angegebenen wesentlichen Hindernissen für eine effektive Marktüberwachung gehören fehlende Finanzressourcen, fehlende Expertise, zu wenige nationale akkreditierte Laboratorien und spärliche Koordination der Überwachungsmaßnahmen, weiters zu geringer Austausch von Informationen unter den Mitgliedsstaaten.

Projektpartner haben daher eine Liste von Testmaßnahmen zusammengestellt, die in den einzelnen Ländern durchgeführt werden (siehe voriges Kapitel). Zusätzlich haben die Partner ein Dokument mit Vorschlägen erstellt, die den Austausch von Informationen unter den nationalen Behörden fördern können, um eine effektivere Marktüberwachung zu erzielen, ohne dabei Personal- und Finanzressourcen erhöhen zu müssen. In diesem Dokument werden zwei der wichtigsten Ergebnisse beschrieben, das neue "Produktsicherheits- und Marktüberwachungspaket" 2013 und eine Zusammenfassung der Elemente, die bereits in der existierenden Gesetzgebung enthalten sind.

Produktsicherheits- und Marktüberwachungspaket 2013

Dieses Paket, das im Februar 2013 veröffentlicht wurde, beschreibt die möglichen Verbesserungen und die zukünftige Organisation der Marktüberwachungsaktivitäten in Europa. Obwohl der Schwerpunkt vornehmlich auf Produktsicherheit gelegt wurde, wird ebenfalls die Gesetzgebung zu Energiekennzeichnung und dem Ökodesign angesprochen. Zu den Elementen, die vom „**MSA Paket**“ angesprochen werden, gehören:

- Erhöhte Anstrengungen für die Kommunikation unter den Behörden auf internationaler Ebene;
- Leichtere Identifizierung und Verfolgbarkeit von Produkten bei denen eine Nichtkonformität nachgewiesen wurde;;
- Informationsaustausch zwischen Behörden über Marktüberwachungsaktivitäten, um einen doppelten Aufwand zu vermeiden;
- Förderung des Informationsaustausches zwischen den Mitgliedsstaaten über die Ergebnisse von Produkttests

Zusammenfassung der Elemente, die bereits in der Gesetzgebung enthalten sind

Andere Aspekte werden durch die bereits existierende Gesetzgebung gedeckt. Zu den Aspekten, die kurz im Dokument beschrieben werden, gehören:

- **ADCO – Arbeitsgruppe für Zusammenarbeit in der Verwaltung** – Das Forum für Überwachungsbehörden, um sich zu treffen, Erfahrungen und zu diskutieren. Zweimal pro Jahr finden Konferenzen statt, es existieren zwei separate Untergruppen bezüglich Energiekennzeichnung und Ökodesign (in einigen Ländern unter der Leitung derselben Organisationen, in anderen durch unterschiedliche geleitet).
- **Verpflichtung der Lieferanten, den Marktüberwachungsbehörden die technischen Spezifikationen der Produkte bereitzustellen** – Lieferanten sollen auf Anfrage der nationalen Behörden die technische Dokumentation vorlegen, die die Angaben der Energiekennzeichnung und die Konformität mit den Ökodesign Anforderungen belegen.
- **Eindeutige Produktidentifizierung** – Übersicht über Gesetzesanforderungen, um ein jedes Modell der Produkte, die unter die Energiekennzeichnung und / oder das Ökodesign fallen, eindeutig zu identifizieren.
- **Anwenden von Toleranzgrenzen** – die Gesetzgebung sollte klarstellen, dass Messtoleranzen lediglich zu Prüfzwecken definiert werden und nicht von den Lieferanten herangezogen werden sollten, um ein besseres Ranking bei der Energiekennzeichnung zu erreichen oder die Ökodesign-Anforderungen einzuhalten.

Förderung von Energielabels

Energielabels haben sich zu einer der effektivsten Instrumente zur Steigerung der Energieeffizienz. Mechanismen entwickelt. Sie vermitteln den Verbrauchern eine einfach verständliche Orientierung zu geringen Kosten für die Stakeholder.

Mit dem Einsatz der neuen Energielabels, die es seit 2011 auf dem Markt gibt und der wachsenden Liste von Produkten, die diese Energielabels tragen, besteht ein ständiger Bedarf daran, den Verbrauchern zu helfen und sie dabei zu unterstützen, die Informationen am Energielabel zu verstehen, um fundierte Kaufentscheidungen zu treffen.


Aus diesem Grund führten die Projektpartner eine umfangreiche Liste von Aufklärungs- und Verbreitungsaktivitäten durch und kooperierten mit anderen nationalen Organisationen um sicherzustellen, dass die Verbraucher Zugang zu den Informationen haben, die den Inhalt der Energielabels erklären.

Zu den Beispielen für Aktivitäten gehören Veröffentlichungen in gedruckten, elektronischen Medien sowie im TV und Radio; Organisation von Auftritten bei Veranstaltungen, Seminaren und Konferenzen; Ausarbeitung und Verteilung von Broschüren, Faltblättern, Poster und Lesezeichen. Beispiele für einige der Verbreitungsaktivitäten des Projekts sind unten aufgeführt.

Wenn Sie eine umfangreiche Liste der Verbreitungsaktivitäten möchten, besuchen Sie bitte die Website des Projekts:

<http://www.come-on-labels.eu/promoting-energy-labels/examples-of-promotion-activities>

(Bitte beachten Sie, dass pro teilnehmendem Land lediglich ein Beispiel angeführt wird. Ein jeder Projektpartner organisierte jedoch vielfältige Aktivitäten, inklusive Druckmaterialien, Veranstaltungen, Auftritte in Medien, etc.)


 Land: **Österreich**
Datum: März 2012

Name und Art der Aktivität:

Informationsprospekt an Verbraucher, verteilt über Einzelhändler

Beschreibung: 100 000 Kopien des Prospekts wurden in Zusammenarbeit mit dem Verband der Einzelhändler an Geschäfte in Österreich verteilt.



 Land: **Belgien**
Datum: März 2012

Name und Art der Aktivität:

Informationsmaterialien zu Energielabels

Beschreibung: Ein spezifisches Set an Faltblättern für jede Produktgruppe, die ein neues Energielabel erhält, mit Informationen und Erklärungen zum Inhalt dieser Labels. Bei Veranstaltungen, Messen, Beratungen und Seminaren verteilt.





Land: **Tschechische Republik**
Datum: Juni 2011

Name und Art der Aktivität:

Veröffentlichung zur neuen Energiekennzeichnung, mit dem Energieversorger erarbeitet

Beschreibung: Eine der ersten verbraucherorientierten Veröffentlichungen zu den neuen Energielabels nach Inkrafttreten der Gesetzgebung. In Zusammenarbeit mit einem größeren Energieversorgungsunternehmen erstellt, das sie an ihre Kunden verteilte.



Land: **Kroatien**
Datum: 18. Juni 2012

Name und Art der Aktivität:

Organisation von Energietagen in den kroatischen Gemeinden

Beschreibung: Eine Reihe von Ständen, Veranstaltungen und Besuchen von Informationszentren wurden in Kroatien organisiert, um die Verbraucher über Inhalt und Bedeutung der neuen Energielabels aufzuklären und zu informieren.

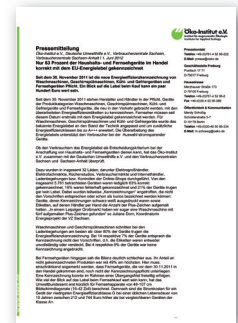


Land: **Deutschland**
Datum: 16. August 2012

Name und Art der Aktivität:

Pressemitteilung mit einer Zusammenfassung der Ergebnisse der nationalen Shop Visits

Beschreibung: In Deutschland wurde eine Pressemitteilung veröffentlicht, die die Ergebnisse der ersten beiden Durchgänge der Shop Visits zusammenfasste. Daraufhin wurden zahlreiche Artikel veröffentlicht, um die Öffentlichkeit über den Stand und die Wichtigkeit der Energielabels in den Geschäften zu informieren.

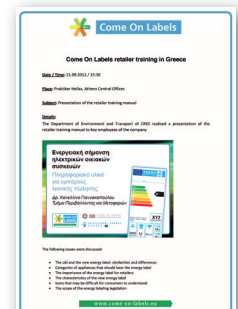


Land: **Griechenland**
Datum: September 2012

Name und Art der Aktivität:

Einzelhändlertraining für Mitarbeiter von Geschäftsketten

Beschreibung: Das Training von Einzelhändlern wurde in Griechenland in Zusammenarbeit mit Repräsentanten von größeren Geschäftsketten gehalten; dadurch verbesserte sich die Praxis des korrekten Anbringens der Labels in den Geschäften.





Land: **Italien**
Datum: Februar – Oktober 2012

Name und Art der Aktivität:

Präsentationsreihen für Schüler / Studenten

Beschreibung: Eine Reihe von Präsentationen und Aufklärungsveranstaltungen wurden in Grundschulen und Gymnasien in verschiedenen Gemeinden Italiens gehalten, um das Bewusstsein für Energieeffizienz und wie man sie an den Energielabels erkennen kann, zu verstärken.



Land: **Lettland**
Datum: Dezember 2012

Name und Art der Aktivität:

Lesezeichen zum Thema neue Energielabels, die über Büchereien verteilt wurden

Beschreibung: In Lettland wurden praktische Lesezeichen verteilt, die auf kurze und effektive Weise die Leser über die neuen Energielabels aufklären. Die Lesezeichen wurden an alle Büchereien Lettlands verteilt, um über sie an die Leser weitergegeben zu werden.

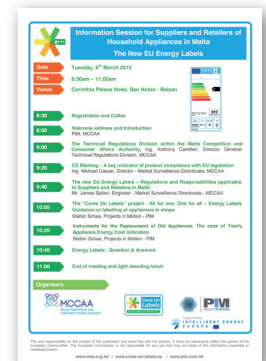


Land: **Malta**
Datum: März 2012

Name und Art der Aktivität:

Seminar mit Akteuren zum Thema neue Energielabels

Beschreibung: In Malta wurde ein erfolgreiches Seminar organisiert, bei dem alle Akteure aktiv eingebunden wurden - von den Behörden bis hin zu den Lieferanten und Einzelhändlern. Es wurde das ordnungsgemäße Anbringen der Labels in den Geschäften sowie mögliche Verbesserungsmaßnahmen besprochen.

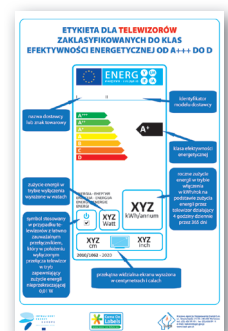


Land: **Polen**
Datum: Juni 2012

Name und Art der Aktivität:

Posters, die die neuen Energielabels für eine jede Gerätegruppe erklären

Beschreibung: In Polen wurde eine Reihe von Postern gedruckt, die die neuen Energielabels für eine jede Gerätegruppe vorstellen. Die Poster wurden bei Veranstaltungen und Messen eingesetzt, um ein breites Verbraucherspektrum zu erreichen.





Land: **Portugal**
Datum: April 2012 / Februar 2013

Name und Art der Aktivität:

Eine Reihe von nationalen TV-Sendungen über das Programm „Eine Minute für die Erde“

Beschreibung: In Portugal wurden verschiedene Sendungen über nationale TV- und Radio-Stationen ausgestrahlt sowie Artikel in Tageszeitungen veröffentlicht, um auf diese Weise möglichst viele Verbraucher über das Erscheinen neuer Energielabels zu informieren.

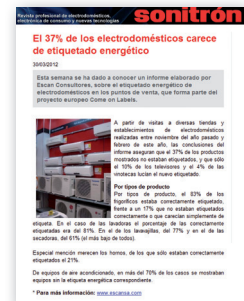


Land: **Spanien**
Datum: Jänner – Juni 2012

Name und Art der Aktivität:

Eine Reihe von Artikeln, die dem Endverbraucher und den Einzelhändlern die Labels erklärten

Beschreibung: In Spanien wurde eine Reihe von Artikeln in der Presse veröffentlicht, wodurch ein stärkeres Bewusstsein sowohl für die Energielabels an sich als auch die aktuelle Situation der Labels in den Geschäften erreicht wurde.

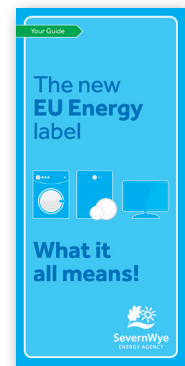


Land: **Vereinigtes Königreich**
Datum: November 2011

Name und Art der Aktivität:

Faltblätter zum Thema Energielabels wurden über Geschäfte, Veranstaltungen, Wohnungsbauunternehmen und direkt an Tausende Haushalte verteilt

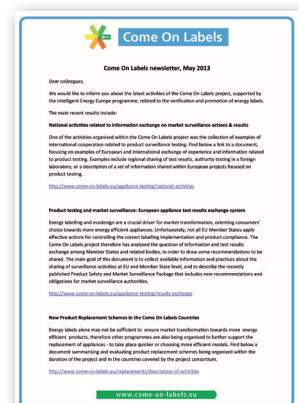
Beschreibung: Die Faltposter wurden vom Projektpartner GB hergestellt und enthielten Verbraucherinformationen über die Energielabels. Die Faltposter wurden mit einer Empfehlung der nationalen Energiebehörde über Energiezentren und Verbraucherinformationssdienste verteilt.



Insgesamt wurden mehr als 580.000 Faltposter, Broschüren, Poster und andere Informationsmaterialien gedruckt und innerhalb des Projekts von seinen Partnern verteilt.

Weiterhin wurden mehr als 115 Artikel sowie Medien- und Veranstaltungspräsentationen (gedruckt, online, TV, Radio, Seminare) herausgegeben mit insgesamt mehr als 3 Millionen Leser und Zusehern in ganz Europa.

Auch wurden auf internationaler Ebene über sieben Ausgaben eines Projekt-Newsletters regelmäßig Informationen über den Fortschritt des Projekts an mehr als 120 individuelle Akteure verteilt. Die Newsletter erschienen in englischer und teilweise in portugiesischer und griechischer Sprache.



Ersatz von ineffizienten Geräten:

Das Come On Labels Projekt unterstützt die Einführung der EU-Kennzeichnungsrichtlinien für energiebezogene Produkte in mehreren Mitgliedsstaaten. Das EU-Energielabel alleine ist jedoch nicht ausreichend, um Haushalte dazu aufzufordern, ineffiziente Geräte auszutauschen oder die Marktdurchdringung von hocheffizienten Geräten sicherzustellen. Es sind weiterhin umfangreiche Maßnahmen erforderlich, u.a.:

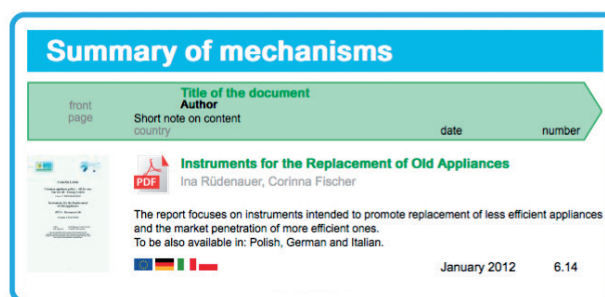
- staatlich geförderte Forschung und Entwicklung, um die Entwicklung und den Weg zur Wirtschaftlichkeit von neuen Technologien zu fördern;
- Aufklärung der Verbraucher;
- Effizienznormen, um ineffiziente Produkte vom Markt zu verbannen; und
- Anreize, um die Verbraucher dazu anzuhalten, signifikant bessere Produkte als die Mindeststandards zu erwerben oder ineffiziente Geräte bereits vor dem Ende ihres Lebenszyklus auszutauschen.

Innerhalb des Come On Labels Projekts wurde ein Dokument erstellt, das Überlegungen zu politischen Instrumenten anstellt, die den Austausch von Produkten fördern; es präsentiert mehrere mögliche Instrumente und bespricht ihre Vor- und Nachteile; weiters gibt es eine Übersicht zu existierenden Beispielen für Austauschmechanismen. Gegen Ende des Projekts wurde eine zweite Prüfung durchgeführt, anhand deren existierende Mechanismen aktualisiert und einige Schlussfolgerungen gezogen werden.

Zusammenfassungen von Mechanismen und Auswirkungen

Dieses Kapitel ist ein Auszug aus dem Projektdokument "Instrumente zum Ersatz von ineffizienten Geräten"; veröffentlicht im Januar 2012. Das komplette Dokument steht hier in vier Sprachen zur Verfügung:

<http://www.come-on-labels.eu/replacements/summary-of-mechanisms>



Better replacement und Early replacement

Better replacement, besserer Ersatz bedeutet, dass Verbraucher ein energieeffizienteres Gerät wählen, als sie ohne das entsprechende politische Instrument gewählt hätten. Der energetische und damit auch der ökologische Vorteil dabei ergibt sich aus dem geringeren Stromverbrauch des «besseren» Geräts. Zum Beispiel verbraucht ein A+++ Gerät etwa 60 % weniger Strom als ein A Gerät.

Early replacement, vorzeitiger Ersatz bedeutet das Altgerät auszutauschen, obwohl es noch funktioniert. Ob dies aus Umweltsicht vorteilhaft ist, hängt von der Art des Geräts ab. Dies wird anhand der «ökologischen Amortisationsdauer» berechnet. Damit wird die Zeitdauer bezeichnet, nach deren Ablauf die Umweltauswirkungen der kumulativen Energieeinsparungen die zusätzlichen Umweltauswirkungen durch den Prozess der vorzeitigen Entsorgung des Altgerätes überwiegen. Zum Beispiel beträgt die Amortisationsdauer beim Ersatz eines durchschnittlichen Kühlschrank-Kombi Geräts aus dem Jahr 2000 durch ein entsprechendes A++ Gerät für den kumulierten Energieaufwand und beim Treibhauspotenzial nur etwa 2 Jahre.

Die folgenden Instrumente sind dazu geeignet, den frühen und / oder besseren Ersatz / Austausch zu fördern

■ Informationelle Instrumente

Mitteilung der Lebenszykluskosten

Dies bedeutet, den Verbrauchern werden Informationen über die finanziellen Einsparungen gegeben, die sie im Verlaufe des Lebenszyklus bei einem Kauf eines hoch effizienten Geräts erreichen. Dies hat den Vorteil, dass ein allgemeiner Vorteil aus Umweltperspektive in einen individuellen Vorteil für den Verbraucher umgewandelt wird. Dieses Argument ist jedoch vornehmlich für einen besseren und weniger für einen vorzeitigen Ersatz gültig.

Marktübersichten und Produktdatenbanken

Marktübersichten und Produktdatenbanken wie www.topten.eu erleichtern den Kaufprozess, indem sie den potentiellen Käufern eine Übersicht über effiziente Produkte, deren Funktionen und letztendlich auch Lebenszykluskosten unter Durchschnittsbedingungen bieten. Sie sind eher ein Instrument für better replacement. Sie können durch verschiedene Marktteilnehmer wie die nationalen Energiebehörden, Herstellerverbände, NGOs oder andere unabhängige Organisationen zur Verfügung gestellt werden.

Zusätzliche freiwillige Kennzeichnung

Neben dem obligatorischen EU-Energielabel gibt es freiwillige Ökolabels, sowohl auf EU-Ebene als auch in einigen Mitgliedstaaten. Das Ziel ist es, hoch effiziente Produkte oder Produkte, die über die Energieeinsparungen hinausgehen und weitere Umwelt- oder Qualitätskriterien erfüllen, besonders hervorzuheben. Diese Maßnahme fördert insbesondere das better replacement.

Informationskampagnen

Informationskampagnen sind relativ kostengünstig. Jedoch lässt sich ihre Wirksamkeit nur schwer bewerten. Wie auch bei der freiwilligen Kennzeichnung sind sie effizienter in Kombination mit anderen Instrumenten. Auf der anderen Seite müssen viele Instrumente durch Informationskampagnen ergänzt werden, um überhaupt die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf ihre Existenz hinzulenken.

Messen des Energieverbrauchs

Das Messen des Energieverbrauchs von Geräten in einem privaten Haushalt ist eine geeignete Maßnahme zur Förderung des early replacement. Als erstes kann dies das Bewusstsein des Verbrauchers auf mit dem Verbrauch verbundene Kosten fördern. Und es kann ein integraler Teil eines Austauschprogramms sein. Zum Beispiel kann die Messung im Haus dafür genutzt werden zu entscheiden, ob der Haushalt / das Gerät am Austauschprogramm teilnehmen kann.



■ **Finanzielle Anreize**

Finanzielle Anreize können das Dilemma für Haushalte mit geringem Einkommen und Unternehmen lösen helfen, wenn die Finanzen für eine Vorlaufinvestition fehlen, um die Energiekosten zu reduzieren.

Direkte Zuschüsse für Verbraucher

Die grundlegende Idee ist, den Verbrauchern, die besonders effiziente Geräte besitzen (die gleichzeitig ein altes Gerät entsorgen) eine finanzielle Belohnung zu bieten. Dies ist eines der beliebtesten Instrumente. Beispiele solcher nationalen Programme gibt es viele, und es gibt noch mehr Beispiele für Programme, die vom Handel, den Herstellern oder Energieanbietern eingesetzt werden.

Wenn die Maßnahme hinsichtlich der Zeit oder dem Budget begrenzt ist, wird eher ein early replacement gefördert. Wenn dies über ein langfristiges System läuft (etwa mehrere Jahre), wird somit better replacement mehr oder weniger ad infinitum gefördert, wodurch Preissenkungen und eine langfristige Markttransformation bewirkt werden.

Steuerliche Anreize für Verbraucher

Steuerliche Anreize haben sich in Italien für viele Haushaltsgeräte als sehr erfolgreich erwiesen. In anderen Ländern jedoch werden sie nur selten auf Haushaltsgeräte angewendet. Dies ist wahrscheinlich mit den niedrigen Anschaffungspreisen für diese Geräte verbunden, wodurch hohe Verwaltungskosten anfallen. Daher werden steuerliche Vorteile vornehmlich im Bausektor eingesetzt in Verbindung mit Geräten wie Boiler, Warmwasseraufbereitungsgeräte oder Klimaanlage (die ebenfalls mit dem EU-Energielabel versehen sind oder werden).

Indirekte Subventionen

Im Falle von indirekten Subventionen, wie es im «Ökopunkt»-System in Japan oder im «Kohlenstoff Cashback»-System in Korea eingesetzt wird, erhalten die Verbraucher «Kreditpunkte» beim Kauf eines hoch effizienten Produkts. Anschließend können diese Punkte für gewisse Produkte oder Dienstleistungen umgetauscht werden. Eine andere Variante ist, dass Verbraucher Bonuspunkte sammeln können, wenn sie andere Produkte kaufen, oder einen Bonus auf ihren Monatslohn erhalten, was dann zum Kauf von hoch effizienten Geräten eingesetzt werden kann.

Bonus-Malus-Programme

Bonus-Malus-Programme zielen darauf, den Preis von Energie verbrauchenden Produkten entsprechend ihrer Effizienz zu gestalten. Wenn ein hocheffizientes Gerät gekauft wird, wird dem Verbraucher ein Preisnachlass (Bonus) zugestanden, während er / sie bei einem Kauf eines besonders ineffizienten Geräts einen Aufpreis (Malus) zahlen muss. Beim Kauf eines durchschnittlichen Geräts wird weder ein Bonus noch ein Malus erteilt.

Finanzielle Anreize für Hersteller (Upstream Initiativen) oder Einzelhändler (Midstream Initiativen)

Hersteller können finanzielle Anreize für die Herstellung und den Verkauf von noch effizienteren Geräten oder für deren Preisreduzierung erhalten. Niedrigere Preise für Verbraucher verbessern die Bedingungen für sowohl better als auch early replacement. Solche Initiativen sind besonders effektiv, wenn der Markt vornehmlich von wenigen großen Herstellern dominiert wird, die in allen Ländern vertreten sind. Des Weiteren erhalten Verkaufspersonal oder Installateure als ein Instrument für „better replacement“ (finanzielle) Anreize, um besonders effiziente Geräte zu verkaufen.

Mikrokredite

Verbrauchern kann beim Kauf von besonders effizienten Geräten geholfen werden, indem ihnen ein Mikrokredit zur Verfügung gestellt wird, der über die Einsparungen bei der Stromrechnung zurückgezahlt werden kann (ebenfalls als Mikrovertrag bezeichnet). Dieses Finanzierungsmodell wird manchmal von Energieanbietern eingesetzt.

Freiwillige Vereinbarungen

Die Marktdurchdringung hocheffizienter Geräte kann durch freiwillige Vereinbarungen (VA) von Regierungen mit Herstellern gefördert werden, deren Ziel die Erhöhung der Marktanteile hocheffizienter Geräte sowie die Optimierung der Flottenverbräuche ist.

Die Wirksamkeit freiwilliger Vereinbarungen ist ein sehr kontroverses Thema. Der Europäischen Kommission zufolge sind fünf Bedingungen entscheidend für das Gelingen einer freiwilligen Vereinbarung: (1) quantitative Ziele, (2) ein erheblicher Marktanteil der beteiligten Hersteller (mindestens 80 %), (3) eine effektive Überwachung, (4) Transparenz des Prozesses und (5) Sanktionen bei Nichterfüllung.

Erfolgsbedingungen

In der Literatur wurden einige allgemeine Bedingungen für den Erfolg von Instrumenten zum Ersatz identifiziert:

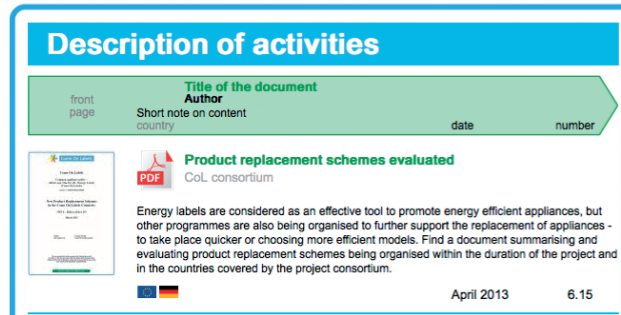
- Programme sollten sich in eine langfristige Strategie einfügen und durch klare und verlässliche Mandate und Budgets unterlegt sein.
- Die Kriterien für eine Förderung müssen klar und anspruchsvoll sein; bei Erreichen eines bestimmten Marktanteils sollten sie revidiert werden.
- Sorgfältige Planung:
 - Festlegung des genauen Ziels der Maßnahme (early replacement oder dauerhafte Markttransformation durch better replacement)
 - Richtiges Timing (in Bezug auf Marktfähigkeit der Technologien, d.h. nicht zu früh)
 - Einbezug der relevanten Akteure (Hersteller, Handel, eventuell Energieversorger etc.)
 - Die Laufzeit der Maßnahmen darf nicht zu kurz und das Gesamtbudget nicht zu klein sein.

Aktualisierung neuester Mechanismen

Dieses Kapitel ist ein Auszug aus dem Projektdokument "Neue Modelle für den Ersatz in Come On Labels Ländern"; veröffentlicht am April 2013. Das komplette Dokument steht hier zur Verfügung:

<http://www.come-on-labels.eu/replacements/description-of-activities>

Seit Beginn des Come On Labels Projekts wurden oder werden etwa ein Dutzend neuer Modelle für den Ersatz von ineffizienten Geräten in Österreich, Belgien, Kroatien, Deutschland, Italien, Spanien und GB umgesetzt. Einige dieser sind von vorwiegend Informationsaktivitäten, andere beinhalten signifikante finanzielle Anreize. Dies ist auch trotz der Wirtschaftskrise möglich, u.a. weil diese Modelle nicht notwendigerweise mit staatlichen Geldern finanziert werden müssen. Energieanbieter können an Geräteersatz-Programmen aus Gründen der Kundenbindung, aus Imagegründen oder, wie in Italien, um ihre Verpflichtungen im Rahmen des White Certificate Modells einzuhalten, teilnehmen. Auch Einzelhändler unterstützen diese, um den Konsum zu stimulieren.



Einige interessante Merkmale der aktuellen Programme sind:

Nutzung von Wettbewerben, Abzügen und Preisen

Bei einer Reihe von Beispielen aus Österreich werden Informations-Maßnahmen mit finanziellen oder materiellen Anreizen verbunden, um den Effekt allgemein in Form eines Wettbewerbs zu verstärken. Zum Beispiel können Haushalte, die Energieeinsparungen vorweisen oder ein neues sehr effizientes Gerät kaufen, als Preis ein effizientes Produkt gewinnen. Auch werden die Kosten von Zuschuss- oder Rabattprogrammen minimiert, wenn statt eines allgemeinen Zuschusses Auszahlungen unter den Käufern von effizienten Produkten verlost werden.

Art der finanziellen Anreize

Alle finanziellen Maßnahmen nutzen die klassischen Optionen Rabatt, direkte Auszahlung oder kostenloses Gerät / kostenloser Austausch. Diese Modelle sind leicht umzusetzen, da dabei auf eine umfangreiche Erfahrung zurückgegriffen werden kann.

Einbinden von finanziellen Anreizen in einem breiteren Kontext

Finanzielle Anreize werden gewöhnlich durch PR-Kampagnen begleitet, die Informationen zum Schema an sich, zu effizienten Geräten, Energieeinsparungsoptionen, etc. bieten. Dies ist nicht nur für die Förderung des Programms wichtig, sondern auch, um langfristige Effekte zu erzeugen. Das deutsche Projekt "Stromspar-Check" bindet sogar den Vertrieb von effizienten Geräten in ein persönlich gestaltetes Energieberatungsgespräch mit Haushalten mit geringem Einkommen ein.

Einbinden der Regionen

In Spanien und Belgien verwalten die regionalen Behörden die Zuschussmodelle. Auf diese Weise können die Behörden die Programme an die spezifischen wirtschaftlichen und demographischen Bedingungen ihrer Region anpassen.

Betriebskosten von Geräten über ihre Lebenszeit

Hoch effiziente Geräte beinhalten an sich eine Preisprämie. In vielen Fällen werden die hohen Anschaffungskosten durch die Energieeinsparungen während der Lebenszeit des Geräts ausgeglichen. Die Angabe der realen Betriebskosten über die Lebenszeit eines Geräts kann daher die durch die hohen Anschaffungskosten hervorgerufene Zurückhaltung von Verbrauchern reduzieren. Dieser Ansatz wird in einer Versuchsphase im Jahre 2013 in GB getestet. Ähnliche Bemühungen strebt man im EU-Projekt YAECI (Yearly Appliance Energy Cost Indication) an.

Wenige Auswertungen verfügbar

Angesichts der Tatsache, dass Schemen für den Ersatz von Geräten kostenaufwändig sind, stehen überraschend wenige Auswertungen zur Verfügung. Manchmal wird die Anzahl der Teilnehmer oder ersetzter

Geräte bekanntgegeben und die Energie- oder CO₂ Einsparungen hochgerechnet.

Jedoch wurden die Programme selten detailliert bewertet. Eine relativ detaillierte Auswertung steht im Zusammenhang mit dem deutschen Projekt Stromspar- Check zur Verfügung. Aber auch dieser Bericht stellt nicht die Kosten und Nutzen gegenüber. Das Schema Betriebskosten über die Lebenszeit in GB und das Pilot-Zuschussschema in Kroatien werden sicherlich überwacht, so dass zukünftige Politiken auf diesen Erfahrungen aufbauen können.

Im Folgenden werden Empfehlungen für die Entwicklung von Produktersatzschemen erarbeitet und mit Beispielen aus den gesammelten Fällen illustriert.

Weise Auswahl der Berechtigungskriterien

Berechtigungskriterien gelten sowohl für Zielgruppen als auch für Produkte. Berechtigungskriterien für Produkte legen fest, wie effizient ein Produkt sein muss, um unterstützt zu werden. Berechtigungskriterien für Zielgruppen können zum Beispiel definieren, dass das Programm an Haushalte mit geringem Einkommen oder an Einwohner einer bestimmten Region gerichtet, oder dass auch KMUs und Haushalte teilnehmen können.

Berechtigungskriterien für Produkte sollten auf zuverlässigen Marktdaten basieren, um Mitnahmeeffekte zu vermeiden. Als Daumenregel ist es zum Beispiel für Markttransformationszwecke unter Umständen ratsam, keine Geräte zu unterstützen, die bereits einen Marktanteil von 20 % oder mehr besitzen. Jedoch muss ebenfalls beachtet werden, dass Marktanteile signifikant zwischen Geräten und zwischen verschiedenen nationalen Märkten schwanken können.

Sicherstellen, dass das alte Gerät entsorgt wird

Dem Energieeinsparungseffekt eines neuen sehr effizienten Geräts wird entgegengewirkt, wenn das alte Gerät weiterhin im Keller läuft oder weggegeben oder verkauft wird. Daher sollte, um Energieeinsparungen sicherzustellen, ein Element eines Schemas das Einsammeln und korrekte Entsorgen von alten Geräten sein, wie zum Beispiel in Österreich (Trennungsprämie), Spanien (RENOVE Programm) und Kroatien (Pilot Anreizschema für effiziente Geräte).

Entwurf von begleitenden Informationsmaßnahmen für finanzielle Anreize

Informationsmaßnahmen sind nicht nur notwendig, um das Programm zu fördern und die Bedingungen zu erklären. Begleitende Informationen zu den Vorteilen von effizienten Geräten, wie sie identifiziert werden (einschließlich der Bedeutung des Energielabels), und zu den wichtigen Aspekten spezifischer Gerätearten können die Wirkung des Anreizprogramms vervielfachen. Datenbanken, die technische Eigenschaften, Energieeffizienz, Preis und eventuell Geschäfte, in denen die Geräte angeboten werden, enthalten, wie etwa bei topprodukte.at oder IDAE in Spanien, haben sich als sehr hilfreich erwiesen.

Überwachen der Effekte und der Wirksamkeit des Programms.

Neben der Überwachung der Anzahl der ausgetauschten Geräte und der Angabe der Energie- und CO₂ Einsparungen sollte eine Bewertung ebenfalls versuchen, eventuelle Mitnahmeeffekte zu bewerten, Kosten und Nutzen eines Programms gegenüberstellen, Elemente und Mechanismen identifizieren, die am erfolgreichsten waren, und die Verfahren bewerten, um prüfen zu können, wo sie verbessert werden können. Auf diese Weise können Folgeprogramme entwickelt werden, um den besten Gegenwert für Geld zu bieten

Abschlusskonferenz - 15. März 2013, Brüssel

Eine der finalen Veranstaltungen des Projekts war die Abschlusskonferenz. Sie fand am 15. März 2013 in Brüssel statt.

SEVEN, das Energy Efficiency Center, Tschechische Republik, als der Come On Labels Projektkoordinator, organisierte die Veranstaltung in Zusammenarbeit mit Eceee – European council for an Energy Efficient Economy, dem Europäischen Rat für eine energieeffiziente Wirtschaft, und der Ständigen Vertretung der Tschechischen Republik in der Europäischen Union.

Alle Projektergebnisse und Aktivitäten wurden präsentiert und es fand weiters auf höchster Ebene eine Diskussion am runden Tisch statt mit Fokus auf der aktuellen Erfahrung mit den neuen Energielabels und den Plänen hinsichtlich zukünftiger Aktualisierungen. Am Runden Tisch diskutierten:

- Europäische Kommission – Ewout Deurwaarder
- CECED – Luigi Meli
- ECOS – Edouard Toulouse
- Schwedische Energiebehörde – Nills Ahlén
- NL Agentur – Hans Paul Siderius
- ATLETE und ATLETE II Projekt – Milena Presutto, ENEA
- CLASP – Pernille Schiellerup
- GfK Einzelhandel und Technologie – Barbara Inmann
- EFER – Europäischer Verband der Elektronik-Einzelhändler – Maurice Estourgie.

Etwa 75 Teilnehmer aus 19 europäischen Ländern und Repräsentanten der Europäischen Kommission, der nationalen Marktaufsichtsbehörden, staatlicher Institutionen, von Herstellern, Umwelt- und Verbraucherschutzorganisationen, nationaler Energiebehörden, unabhängige Experten und die Medien nahmen an der Veranstaltung teil.



Ständige Vertretung der
Tschechischen Republik in
der Europäischen Union



Europäischer
Rat für eine
energieeffiziente
Wirtschaft



Zusätzlich organisierte ein jeder der 13 Partner auf nationaler Ebene ein Seminar, eine Konferenz oder Diskussion am runden Tisch, wobei die Erfolge des Projekts, die Einführung Kennzeichnung und damit verbundene zukünftige Aktivitäten besprochen wurden. Eine komplette Liste der Veranstaltungen steht hier zur Verfügung:

<http://www.come-on-labels.eu/about-the-project/all-project-seminars-eu>

Ergebnisse des Projekts

List of Come On Labels project deliverables, their content and links to relevant documents:

Ergebnis	verfügbare Sprachversionen	Zielgruppe	Beschreibung	Link
Dokument: EU Produktkennzeichnungs-Richtlinie (Ökodesign)	Englisch, Tschechisch, Kroatisch, Französisch (Belgien), Deutsch, Griechisch, Italienisch, Lettisch, Polnisch, Portugiesisch, Spanisch	Behörden, Interessensvertreter, Nationale und EU Experten für Energieeffizienz und Labelling	Überblick über die EU-Energiekennzeichnungs-Richtlinie, bezogen auf die neuen EU-Labels	http://www.come-on-labels.eu/legislation/eu-product-energy-labelling
Beschreibung: Nationale Ökodesign und Labelling Richtlinie im Vergleich	Englisch	Nationale und EU Experten	Beschreibung des Umsetzungsgrades und der Aktivitäten von einzelnen Märkten, die aus der EU-Rechtsvorschrift zur Energiekennzeichnung hervorgehen	http://www.come-on-labels.eu/legislation/energy-labelling-legislation-in-the-project-countries
Nationaler Bericht über die gesetzgebenden Aktivitäten	Englisch, Spanisch, Portugiesisch	Nationale und EU Experten	Erläuterung der überarbeiteten Richtlinie zur Energieverbrauchs-kennzeichnung, die während der Projektlaufzeit umgesetzt wurden (Fokus auf 4 Produktgruppen)	http://www.come-on-labels.eu/legislation/eu-product-energy-labelling
Zusammenfassung von Gerätetestverfahren und "Best Practice" Beispiele	Englisch, Tschechisch, Kroatisch, Französisch (Belgien), Deutsch, Griechisch, Italienisch, Lettisch, Polnisch, Portugiesisch, Spanisch,	Nationale Marktüberwachungs-behörden und Interessensvertretungen	Beschreibung von Testverfahren, um den Energieverbrauch mit dem, auf dem Label deklarierten Energieverbrauch vergleichen zu können	http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/energy-consumption
Zusammenfassung der durchgeführten Tests	Englisch, Deutsch	Nationale Behörden	3 Durchgänge: Produkttests, die durchgeführt wurden um die Energieverbrauchswerte mit den, auf dem Label deklarierten zu vergleichen.	http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/appliance-tests-2011-2013
Bericht über die nationalen Aktivitäten bezogen auf den Informationsaustausch	Englisch	National Behörden und Interessensvertretungen	Beispiele von Aktivitäten die in EU-Ländern unternommen wurden um das Niveau der Marktüberwachung anzuheben	http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/national-activities
Bericht über europäische die Ergebnisse von Geräteteste und den Datenaustausch	Englisch	Nationale und europäische Behörden und Experten	Zahlreiche Aktivitäten um die Kooperation zu stärken und das Niveau der Überwachungstätigkeiten zu verbessern.	http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/results-exchange
Leitfaden für die korrekte Energiekennzeichnung in Geschäften	Englisch, Tschechisch, Kroatisch, Französisch (Belgien), Deutsch, Griechisch, Italienisch, Lettisch, Polnisch, Portugiesisch, Spanisch	Nationale Behörden, Marktteilnehmer	Informationen über den Ablauf der Überwachungstätigkeiten,	http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/appliance-labelling-in-shops
Bericht über die Nationalen Shop Visits	Englisch	Nationale Behörden und Experten, Marktteilnehmer	Drei Durchgänge im Laufe des Projektes - Ergebnisse pro Land, Produkt und Geschäftsart	http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/status-of-appliance-labelling
Bericht über die Zusammenarbeit mit anderen nationalen Organisationen	Englisch	Nationale und internationale Experten	Aktivitäten um die korrekte Umsetzung der Labelling-Richtlinie zu unterstützen/fördern	http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/support-of-proper-labelling
Trainingshandbuch für Handler	Englisch, Tschechisch, Kroatisch, Französisch (Belgien), Deutsch, Griechisch, Italienisch, Lettisch, Polnisch, Portugiesisch, Spanisch	Nationale Händler, Experten und Behörden	Schulungsmaterial für Verkaufspersonal – Leitfaden zum Thema Inhalt und Design des EU-Label und die korrekte Umsetzung der Richtlinie	http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/retailer-training-manual



Ergebnis	verfügbare Sprachversionen	Zielgruppe	Beschreibung	Link
Best Practice Beispiele für Marketingaktivitäten im Bereich Labelling	Englisch	Nationale und EU Experten, Händler, Hersteller, NGOs	Beispiele für die Öffentlichkeitsarbeit von sechs Ländern, wie das Thema Labelling effektiv beworben werden kann	http://www.come-on-labels.eu/promoting-energy-labels/good-practice-case-studies
Bericht über nationale Öffentlichkeitsarbeit	Englisch, Ergebnisse in allen Sprachen	Breite Öffentlichkeit	Öffentlichkeitsarbeit: Flyer, Veranstaltungen, Lesezeichen Zeitungsartikel, etc.	http://www.come-on-labels.eu/promoting-energy-labels/examples-of-promotion-activities
Zusammenfassung der verfügbaren finanziellen und organisatorischen Mechanismen	Englisch, Deutsch, Italienisch, Polnisch	Regierungsbehörden, Hersteller, Konsumenten und NGOs	Beispiele für Instrumente zur Förderung des Austausches von Altgeräten und Erhöhung des Marktanteils von energieeffizienten Geräten	http://www.come-on-labels.eu/replacements/summary-of-mechanisms
Beschreibung von neuen lokalen Aktivitäten	Englisch	Nationale Experten, Staatliche Aufsichtsbehörden, Konsumenten, Hersteller	Beispiele für Gerätetausch-Programme die während der Projektlaufzeit durchgeführt wurden	http://www.come-on-labels.eu/replacements/description-of-activities
Internationales Seminar	Englisch	Nationale/ Internationale Experten und Regierungsvertreter	Expertenseminar und –diskussion: Erfahrungsaustausch und zukünftige Entwicklungen in der Energiekennzeichnung	http://www.come-on-labels.eu/about-the-project/all-project-seminars-eu
Nationales Seminar oder Präsentation	Englisch, Tschechisch, Kroatisch, Französisch (Belgien), Deutsch, Griechisch, Italienisch, Lettisch, Polnisch, Portugiesisch, Spanisch	Nationale Experten und Regierungsvertreter	Nationale Events zum Thema Energiekennzeichnung - Erfahrungsaustausch mit Interessensvertretungen	http://www.come-on-labels.eu/about-the-project/all-project-seminars-eu

Was andere über das Come On Labels Projekt gesagt haben

“Das Come On Labels Projekt hat bereits unseren Mitgliedsunternehmen ermöglicht, tausende Haushalte über das Energielabel aufzuklären und wird weiterhin signifikant dazu beitragen, alle privaten Haushalte zu diesem wichtigen Thema zu informieren. Insbesondere möchte ich den Projektmitgliedern für die gemeinsame Entwicklung einer Postbeilage danken, mit der die ASEW und ihre Mitgliedsunternehmen weiterhin Informationen über das Energielabel selbst nach Ende des Projekts verbreiten werden.”

Vera Litzka 

Direktorin

ASEW (Arbeitsgemeinschaft für sparsame Energie- und Wasserverwendung im VKU), Deutschland
(Verband städtischer Energieanbieter)

“Das Training für Einzelhändler, das über das Come On Labels Projekt angeboten wurde, war für unsere Verkaufs- und Marketingteams hier bei KNK Geräten und Haushaltswaren sehr wertvoll. Die Informationen über die häufigsten Fehler beim Anbringen des Energielabels und die detaillierte Anleitung, wie die Energielabels ordnungsgemäß angezeigt werden, war für unsere täglichen Arbeiten sehr nützlich. Wir sind nun in der Lage, unsere Kunden über den Energieverbrauch von Haushaltsgeräten und über die Bedeutung der Symbole genau informieren zu können, und wir freuen uns, ein Handbuch bereit zu haben für den Fall, dass ein Kunde weitere Informationen über die Energiekennzeichnung erhalten möchte.”

Paulo Nogueir 

Portugiesische Energiebehörde, Abteilung Nachhaltige Entwicklung, Portugal

“CECED erhält täglich Anfragen von Einzelhändlern. Es gab recht viel Verwirrung bezüglich der neuen Energielabels: zu verstehen, welches Gerät das neue Label erhält und welches das alte beibehält. Es war sehr angenehm, mit AIRES Italia – dem Verband der Vertriebe – bei der ENEA’s «Come On Labels» Initiative zusammenzuarbeiten. Neben unserer eigens bereitgestellten Website war es absolut notwendig, eine informative Tour in den wichtigsten Städten Italiens zu organisieren, um das neue Label und das korrekte Anbringen zu fördern. Während unserer Tour haben wir mit vielen Einzelhändlern gesprochen, was wirklich nützlich war, um das Bewusstsein bezüglich der Änderungen in der Gesetzgebung zu erhöhen.”

Antonio Guerrini 

Generaldirektor

Confindustria Ceced

Italien Italienischer Verband der Hersteller von Haushalts- und professionellen Geräten



“Das Come On Labels Projekt hat uns viele interessante Kenntnisse vermittelt und den Weg für eine verstärkte Überwachung bei der Implementierung der EU-Energielabels bereitet. Bei der Abschlusskonferenz des Projekts kamen ein qualitativ hochwertiges Publikum und Sprecher zusammen. Sie war eine hervorragende Gelegenheit für einen Austausch unter den Akteuren hinsichtlich der Zukunft des Labels. Das Come On Labels Projekt kam zum rechten Zeitpunkt, um über die Revision der Gesetzgebung zur Energiekennzeichnung nachzudenken, die für das kommende Jahr geplant ist.”

Wolfgang Krejcik 

Obmann

Bundesgremium Elektro- und Einrichtungsfachhandel

“Das Thema „Energieverbrauch“ ist für den österreichischen Elektrohandel schon seit Jahren eines der wichtigsten Verkaufsargumente bei Haushaltsgeräten. Sparargumente, von unseren geschulten Mitarbeitern vorgebracht, stoßen auf große Akzeptanz beim Konsumenten. Das Projekt „Come on Labels“ stellt einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Kennzeichnung im Hinblick auf die Energieeffizienz der Produkte dar und wird daher von uns unterstützt. Da es bei unseren Produkten laufend zu massiven technischen Weiterentwicklungen und damit verbundenen großen Effizienzsteigerungen kommt, war die Erarbeitung einer neuen Kennzeichnung zu begrüßen. Diese vom Projekt bereitgestellte Datengrundlage wird dazu beitragen, dass Energiesparen in Österreich auch in Zukunft einen wesentlichen Stellenwert bei Kaufentscheidungen einnimmt.”

Edouard Toulouse 

Senior Politikbeauftragter

ECOS – Umweltorganisation europäischer Bürger für Standardisierung

“Die staatliche Energieaufsichtsbehörde der Tschechischen Republik, die als Marktaufsichtsbehörde im Bereich der Energiekennzeichnung in der Tschechischen Republik ernannt wurde, hat mit den Organisatoren des Come On Labels Projekts im Bereich des Erfahrungsaustauschs in Bezug auf die Überwachung des korrekten Anbringens der Energielabels in Geschäften und anderen Verkaufsstellen zusammengearbeitet. Die Aufsichtsbehörde hat ebenfalls bei der Beschaffung von Informationen zu Verfahren bezüglich Gerätetests teilgenommen, die zur Prüfung der Angaben des Energieverbrauchs durchgeführt wurden. Einer der signifikanten Bereiche der Zusammenarbeit war die Nutzung des über das Projekt erstellten Handbuchs (Trainingshandbuch für Einzelhändler) bei den Aktivitäten der Inspektoren der Behörde. Eines der Ergebnisse dieser Zusammenarbeit war die Veröffentlichung von zusammengefassten Ergebnissen der Begehung von Geschäften seitens der Inspektoren im Jahre 2012. Das Come On Labels Projekt bot ebenfalls die Gelegenheit, Informationen über ähnliche laufende Aktivitäten in anderen EU-Mitgliedstaaten zu erhalten.”

Antonín Ceskv 

Staatliche Energieaufsichtsbehörde der Tschechischen Republik

Marktaufsichtsbehörde

“Basierend auf der Einführung der Come On Labels Projektaktivitäten kann bestätigt werden, dass die Aufklärungs- / Ausbildungsaktivitäten für die Verbrauchergemeinschaft nützlich und hilfreich waren, um ein besseres Verständnis der Energiekennzeichnung zu erhalten. Es war insbesondere dahingehend nützlich, die Öffentlichkeit und andere betroffene Akteure innerhalb der Geschäftsgemeinschaft über die Elemente des Kennzeichnungssystems zu informieren, einschließlich der technischen Dokumentation. Auch wurden signifikante Aktivitäten unternommen, um den Unterschied zwischen den alten und den neuen Labels in Verbindung mit der Gesetzgebung zu erklären, wie auch bezüglich der Übertragung der EU-Richtlinie 2010/30/EU und anderer delegierter Verordnungen für individuelle Produktgruppen. Und zum Schluss hat die Einführung dieses Projekts zu einer Verbesserung und zur Unterstützung nationaler Aktivitäten bezüglich der Informationen für die Endverbraucher beigetragen, die darauf zielten, ihr Bewusstsein hinsichtlich energieeffizienter Geräte auf dem Markt zu erhöhen.”

Igor Ragzrin 

Amt für erneuerbare Energiequellen, Energieeffizienz und neue Technologien
Sektor Energie
Wirtschaftsministerium, Kroatien

“In der frühen Phase unseres Projekts waren die Unterlagen des Come On Labels Projekts in Bezug auf die gesetzliche Situation sehr hilfreich. Das Material hat es mir ermöglicht, mir einen schnellen Überblick über dieses recht komplexe Thema zu verschaffen. Weiterhin waren die Come On Labels Dokumente zur aktuellen Kennzeichnung und den Ergebnissen der Shop Visits sehr hilfreich dabei, unsere eigenen Shop Visits vorzubereiten. Vor allen Dingen gefiel mir, dass die Come On Labels Mitglieder bereit waren, ihre Erfahrung im Rahmen der Shop Visits in einem persönlichen Gespräch weiterzugeben. Und zum Schluss hat mich die Gelegenheit gefreut, Faltblätter für Verbraucher mit vorzubereiten. Mir gefiel die Idee, verschiedene gerätespezifische Broschüren zu erstellen. Dadurch war es möglich, spezifische Informationen an das Zielpublikum einzubauen. Der Support von Come On Labels, sowohl was das Budget als auch die Expertise betrifft, ermöglichte eine wesentlich bessere Reichweite, die andernfalls nicht hätte erreicht werden können.”

Elke Dünnhoff 

Koordinator Energiekennzeichnungsprojekt,
Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz, Deutschland
(Verbraucherrecht Gemeinnützige Organisation)

“Wir bestätigen unsere Position definitiv, dass das Energielabel ein Werkzeug ist, das zur Energieeinsparung beitragen kann. Es bietet den Verbrauchern nützliche Informationen, wenn es um den Kauf von Geräten geht. Es fördert die Produktinnovation und den Wettbewerb. Auch trägt es dazu bei, die EU-Energieeinsparungsziele zu erreichen. Unserer Meinung nach bietet das neue Energielabel viele Informationen, von denen, wenn sie richtig eingesetzt werden, die Interessenvertreter der Haushaltsgeräte und die Verbraucher profitieren können.”

Joseph Sinigalias 

President
SVEIS, Association of Electrical Appliances Manufacturers & Importers, Greece



“Der spanische Verband der Haushaltsgeräte-Händler, FECE, hat seit Beginn des Come On Labels Projekts aktiv an den Aktivitäten teilgenommen. Seit 2011 wurden mehrere Konferenzen in Madrid und Zaragoza gehalten, um die Shop Visits zu organisieren, das Handbuch für das Training der Händler “El etiquetado energético y los comercios” vorzubereiten und die Ergebnisse über die Website des Verbandes und andere Wege zu verbreiten. Die Zusammenarbeit mit dem Verband wird als sehr positiv angesehen, was die Aktualisierung von Informationen über die Energiekennzeichnung, den Austausch von Erfahrungen, einschließlich der Berichte über die Shop Visits und Prüfung des Vorhandenseins der Labels, der damit verbundenen Probleme und Lösungsmöglichkeiten betrifft. Insgesamt ist der Verband mit den Ergebnissen des Come On Labels Projekts sehr zufrieden und sieht die Aktivitäten zur Unterstützung der Energiekennzeichnung positiv.”

Cesar Domínguez 

Generalsekretär
Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos,
Verband der Haushaltsgerätehändler, Spanien

“The proper presence of energy labels in shops and the support to labelling organised within the market surveillance activities is crucial for further progress in highlighting energy efficient products on the market. We appreciate the effort made by the Come On Labels project in increasing the presence of labels in shops, in educating consumers about the new energy labels, and in supporting the transparent conditions on the market for individual manufacturers and suppliers.”

Paulo Nogueir 

Sustainable Development Department
Portuguese Energy Agency, Portugal

“Das ordnungsgemäße Anbringen der Energielabels in den Geschäften und die Unterstützung bei der Kennzeichnung, die innerhalb der Marktüberwachungsaktivitäten organisiert ist, sind für den weiteren Fortschritt bei der Unterstützung von sehr energieeffizienten Geräten auf dem Markt sehr wichtig. Wir begrüßen und schätzen den Einsatz des Come On Labels Projekts bei der Verbreitung der Energielabels in den Geschäften, der Aufklärung der Verbraucher und der Unterstützung transparenter Bedingungen auf dem Markt für individuelle Hersteller und Lieferanten.”

José Valverde 

Executive Manager
AGEFE, Verband des Elektro-, Geräte-, Foto- und Elektroniksektors, Portugal

“Prazska energetika, a.s. (Prager Energieversorger, der drittgrößte Elektrizitätsanbieter in der Tschechischen Republik) hat bereits seit 2011, kurz nachdem die europäische Gesetzgebung in Kraft trat, mit den Organisatoren des Come On Labels Projekts zusammengearbeitet. Daher waren wir als eines der ersten Unternehmen soweit, ein komplettes Informationspaket zum Thema neue Energielabels zu erarbeiten und unseren Kunden zu präsentieren und eine aktualisierte Beratung bei der Auswahl von energieeffizienten Produkten innerhalb der Dienstleistungen unseres Energieberatungszentrums zu bieten.”

Josef Raffay 

Leiter der Abteilung Marktanalyse & Beratung der Prazska energetika, a.s., Tschechische Republik
Prager Energieversorger














“Das Unternehmen DATART, a.s., Mitglied der Darty Gruppe, die 31 Elektronikgeschäfte in der Tschechischen Republik betreibt, arbeitete bei der Erstellung von Infomaterial für Verbraucher mit dem Come On Labels zusammen. Dieses Material informiert die Leser über die Energiekennzeichnung und wird über die einzelnen Geschäfte verteilt. Weiterhin haben wir das Trainingsmaterial dazu, die Händler und Mitarbeiter in den Geschäften über das korrekte Anbringen der Energielabels in den Geschäften zu informieren. Wir sind davon überzeugt, dass ähnliche Projekte, um das Bewusstsein der Verbraucher hinsichtlich des Energieverbrauchs von Produkten und der Möglichkeit zu fördern, energieeffizientere Modelle zu wählen, sehr hilfreich wären.”

Jana Choroušová 

Marketing Manager BTL Kommunikation
DATART INTERNATIONAL, a.s., Tschechische Republik



Come on Labels project members – contacts

	Tschechien - project coordinator	SEVEn , The Energy Efficiency Center www.svn.cz	
	Österreich	Österreichische Energieagentur Austrian Energy Agency www.energyagency.at	
	Belgien	Brussels Energy Agency www.curbain.be	
	Kroatien	ELMA Kurtalj d.o.o www.elma.hr	
	Deutschland	Öko-Institut e.V. , Institute for Applied Ecology www.oeko.de	
	England	Severn Wye Energy Agency www.swea.co.uk	
	Griechenland	Center for Renewable Energy Sources and Saving www.cres.gr	
	Italien	ENEA – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile www.enea.it	
	Lettland	Ekodoma, Ltd www.ekodoma.lv	
	Malta	Projects in Motion www.pim.com.mt	
	Polen	KAPE – Polish National Energy Conservation Agency www.kape.gov.pl	
	Portugal	QUERCUS – Associação Nacional de Conservação da Natureza www.ecocasa.pt	
	Spanien	ESCAN, s.l. www.escansa.com	



Dieses Dokument wurde im Rahmen des Projekts Come On Labels erstellt, unterstützt durch das Intelligent Energy Europe Programm.
Die alleinige Verantwortung für den Inhalt dieser Publikation liegt bei den AutorInnen. Sie gibt nicht unbedingt die Meinung der Europäischen Union wieder.
Weder die EACI noch die Europäische Kommission übernehmen Verantwortung für jegliche Verwendung der darin enthaltenen Informationen.

Mehr Informationen zum Projekt und die Ergebnisse finden Sie auf

www.come-on-labels.eu